

Bienvenidos
Revista bimestral de Distribuidora Rabié, Año XIV - Nº 81 Noviembre 2009.
Distribución gratuita. Prohibida su venta.
Rere
El Pueblo Mágico
Bicentenario
Grandes Cambios Sociales en Chile
El Desafío Mundial
Espectacular Promoción de Rabié
Bielsa
Las Cosas Bien Hechas

¡Más ventas y música para su negocio!

NUEVO AXE MUSICSTAR

Es natural que sus ventas crezcan

Shampoo Sedal S.O.S. Sachet 15ml c/u.

Desodorante Impulse variedades 53g (81ml)

Lo único constante es el cambio

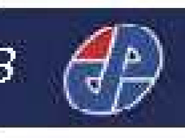
Esta, al parecer, es una de las principales premisas que los sociólogos sostienen a la hora de analizar los 200 años de la historia de Chile. Desde una sociedad basada en la institucionalidad como instrumento de cambio a una sociedad mucho más activa, compleja y diversa; desde mercados más estables, a mercados con cambios más veloces e impredecibles, con agentes nuevos y en lugares inesperados.



Desafiar a esta nueva sociedad y asumir una postura estática frente a nuestro entorno, se puede transformar en una situación peligrosa para nuestros intereses personales y colectivos. No estamos frente a una posición alarmista o catastrofista, sino más bien estamos aceptando una nueva realidad social insoslayable en el Chile del Bicentenario y en el mundo.

Sin lugar a dudas, el principal cambio pasa por aceptar el cambio, por aprovechar las oportunidades a través de una actitud positiva frente a la vida y no quedándonos perplejos y enredados en nuestras propias debilidades. Enfrentar a un estado social dado, es un gasto de energías inoficioso e ineficiente, si tomamos en cuenta nuestras propias necesidades y las de los más cercanos.

En el plano comercial, los cambios notables que ha experimentado el mercado de consumo masivo, con señales claras de concentración desde el punto de vista de la oferta, con una gran diversidad en la demanda y con cambios sistemáticos en el comportamiento de los consumidores, deben ser fenómenos analizados sigilosamente para establecer estrategias comerciales acertadas. La adaptación correcta a esos cambios, hoy es un imperativo para la Industria, comerciantes y para quienes trabajamos en Rabié.



En Rabié estamos conscientes de los cambios en el entorno. Durante el año 2009, hemos profundizado la especialización por canales, adecuándonos a las necesidades de los distintos segmentos de mercado. Hemos avanzado también en mayor infraestructura tecnológica, en la representación de marcas gracias a nuestro capital logístico y en la nueva propuesta mayorista "Punto Rabié".

Consideramos que quienes asuman los cambios con creatividad, proactividad y visión de futuro, sufrirán menos en el proceso de adaptación a esta nueva sociedad, y lo que es más importante, tendrán la capacidad para liderar estas transformaciones asumiéndolas como propias, no como parte del mercado. Definitivamente, serán quienes comprendan que en la realidad actual, lo único constante es el cambio.



Armando Jara J.
Gerente General

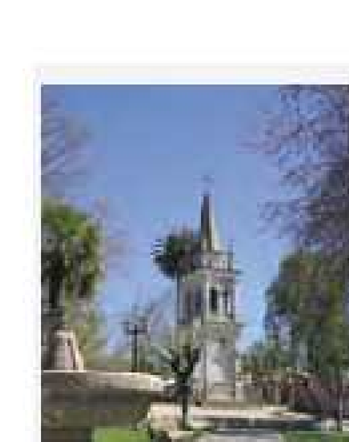
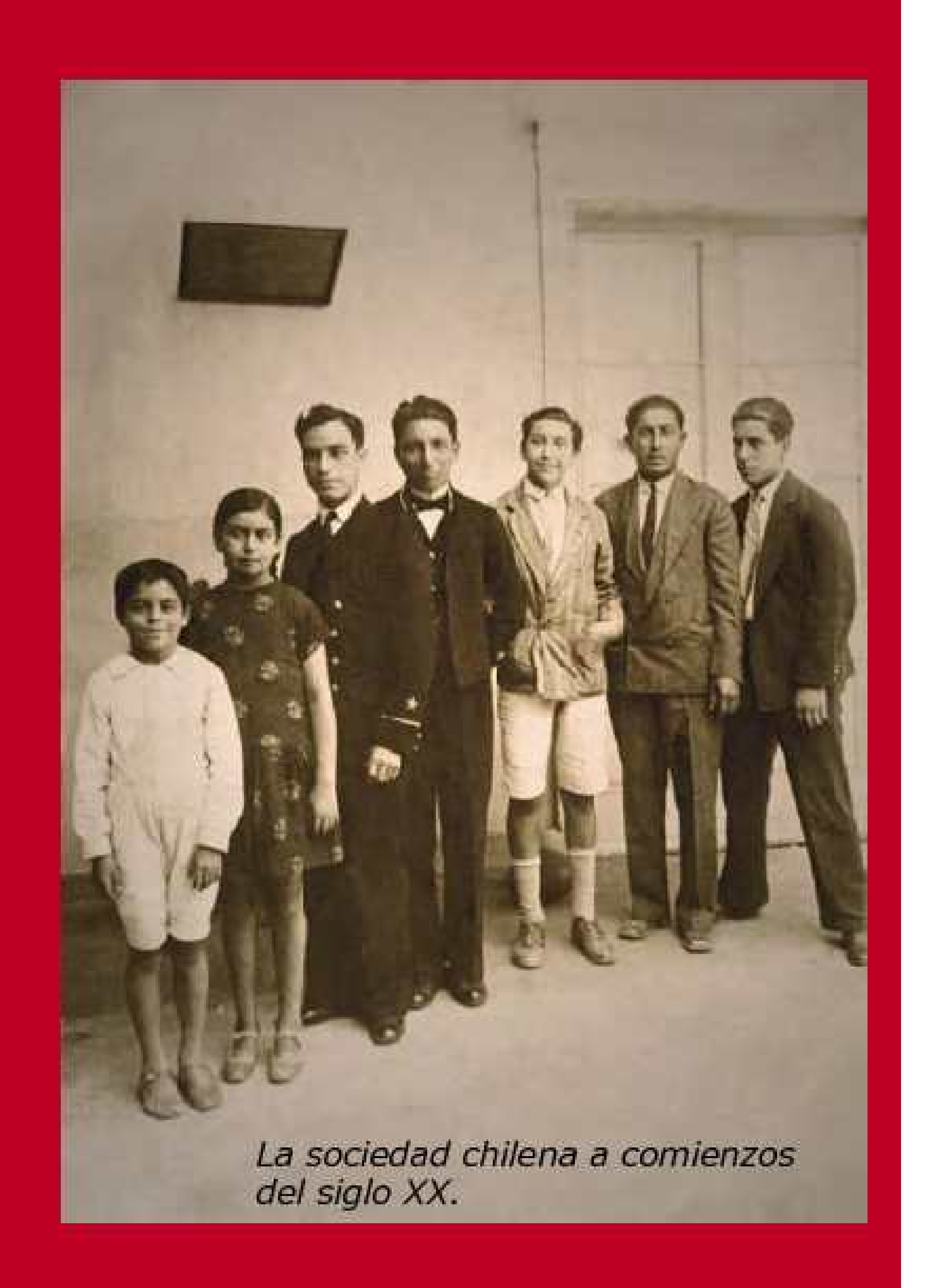


Foto Portada: Campanario de Rere, edición Nº 81 Noviembre-Diciembre 2009.**Director Fundador:** Mario Landa Reyes **Consejo Editorial:** Armando Jara J., Yerko Luksic N., Sergio Vásquez Y., Ricardo Apara M., Marcela Zapata P. y Rodrigo Landa G. **Director:** Rodrigo Landa G. **Colaboradores:** Dario Rojas, Sonia Rosas y Francisca Rojas. **Diseño y Diagramación:** Luz Cortés y Rodrigo Riffo P. **Fotografía:** Marcelo Vildósola G. y Ricardo Ramírez. **Producción:** Líder Publicidad Ltda. **Impresión:** Quebecor World Chile S.A. **Rabié S.A. Administración Central:** El Roble 770. Pisos 8,9 y 10 Chillán. Fono: 42-200600 Fax: 42-224679. **Centro de Distribución Chillán:** Ruta 5 Sur, Km. 418, Chillán Viejo Fono: 42-200500 Fax: 42-200555. **Centro de Distribución Santiago:** Camino a Melipilla 15.000, Maipú Santiago Fono: 2-6773100 Fax 2-5356497. **Centro de Distribución Antofagasta:** Ruta 5 Norte Km. 1.358,5 Manzana N, Sitio 2. Parque Industrial La Negra Fono: 55- 207100 Fax: 55-207110.
www.rabie.cl



Los Cambios Sociales En El Chile del Bicentenario

Los sociólogos advierten que lo primero que está cambiando es la forma misma en que se producen los cambios. Se han vuelto no sólo más acelerados, ocurren muchas cosas en poco tiempo y se trata de situaciones impredecibles e inesperadas.

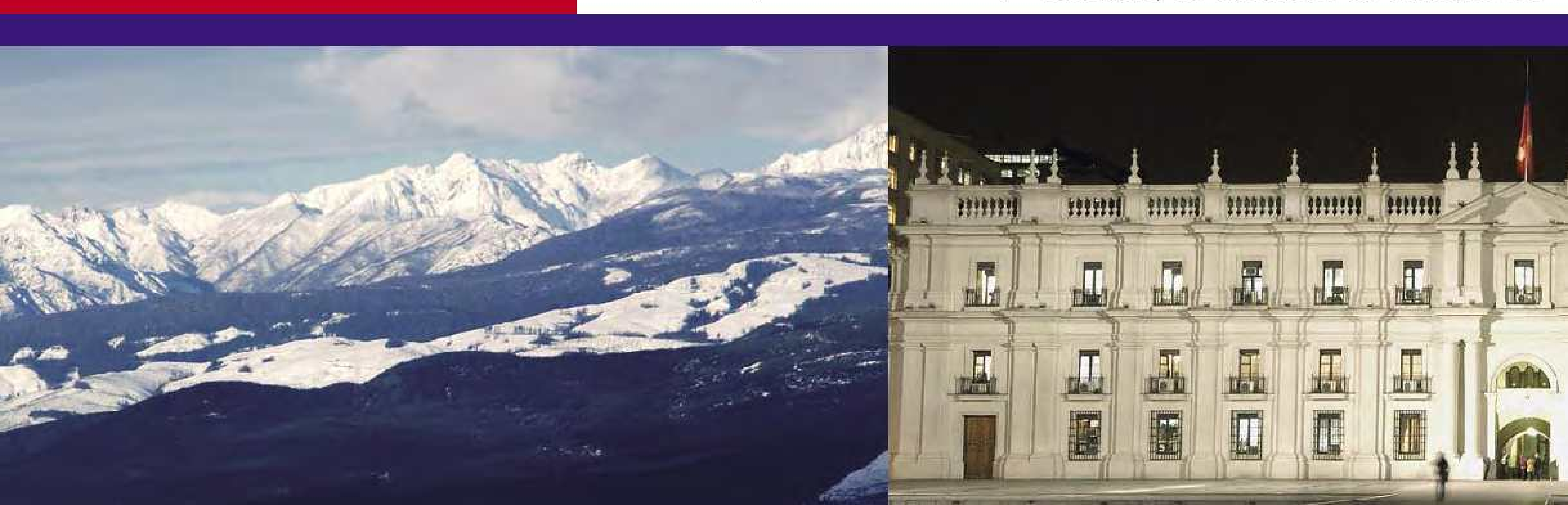

La sociedad chilena a comienzos del siglo XX.

No cabe duda que vivimos en una sociedad dinámica, en constante movimiento. Una sociedad globalizada, con profundos cambios culturales y con modos de vida muy diversos. Chile, obviamente no escapa a estas transformaciones, que son profundas en el comportamiento de la sociedad, impensables hasta hace unos pocos años. También en el aspecto socioeconómico, que se ha convertido en el cambio más silencioso de la sociedad chilena. Hace 30 años, sólo dos de cada 10 habitantes de Santiago, lograba ascender, si se comparaba su ocupación con la de sus padres.

El año 2000 lo había hecho el 44 por ciento de los habitantes de la capital y, en el 2010, el porcentaje bordeará el 50 por ciento. La educación universitaria es el principal pasaporte para cambiar de condición socioeconómica. Las cifras revelan que los jóvenes de hogares con ingresos menores a 200 mil han triplicado su presencia en los estudios superiores. Un cambio notable. En los últimos veinte años, el país ha cambiado de fisonomía. Las nuevas autopistas, la expansión del tráfico aéreo, las líneas de teléfono, las antenas de los televisores y celulares, los enlaces de Internet, crean interconexiones entre lugares y personas que antes no se vinculaban. Chile no se parece ya a los dibujos de los libros escolares en los que aprendió a leer la mayoría de los chilenos. Como nunca los chilenos disponen de la infraestructura para sentirse cerca y unidos en un territorio que ya no es un obstáculo. Chile ha perdido el carácter de isla de sólo hace algunas décadas, provocado por nuestra singular geografía flanqueada por la cordillera y el océano Pacífico. Se advierte cierta perplejidad entre los ciudadanos del país, esto de hallarse cada vez más cerca unos de otros, pero sintiéndose extraños entre sí. Ya lo dijo Gabriela Mistral, premio Nobel de Literatura, en uno de sus poemas: "Chile es una larga hilera de hablantes parcos, personas que no se buscan pero que, cuando se encuentran entre las sombras y la luz, finalmente, se hablan".

Esta actitud del chileno ha cambiado, lo reflejan diversos hechos registrados a fines de los años 90 y comienzos del nuevo siglo.

El doctor en sociología, Pedro Guell, experto en Desarrollo Humano en Chile y Director de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Alberto Hurtado, refiere que los desnudos de Tunick, la elección de un presidente socialista (Ricardo Lagos), el destape sexual, el surgimiento de la farándula, la detención de Pinochet en



Londres, la revolución de las tarjetas de las casas comerciales y de los celulares, la desafección política de los jóvenes, marca el inicio de cambios importantes en la sociedad chilena.

¿A qué atribuye usted, desde el punto de vista de la sociología, estos hechos inéditos en la historia nacional?

"Cuando analizamos estos sucesos decíamos que se estaba produciendo una suerte de desentumecimiento de la sociedad respecto del frío heredado de la época de la dictadura. Y se estaba produciendo también un agitamiento al calor del aumento del consumo, de las nuevas libertades y de los medios de comunicación. Al final lo que parecía ocurrir era el resultado esperable de una democratización modernizadora y el crecimiento económico. Un fruto deseable que podía ser perfectamente encausable en la institucionalidad que organizaba la gobernabilidad del país. Después de todo era la propia institucionalidad la que había provocado en buena parte estos cambios. Dicho lo cual, nos acostumbramos al cambio y pasamos a considerarlo como parte normal de nuestras vidas.

Los cambios continuaron, sin embargo...

"Claro y nos provocaron sorpresa nuevamente. Y no es para menos, movimientos sociales inesperados, pingüinos, subcontratistas de Codelco, denunciantes de femicidio, presidenta mujer en un país de machistas, actitudes centrífugas en política aún con la camisa de fuerza del sistema binominal, aumento de las convivencias de parejas a mayor velocidad que los matrimonios, nuevas dirigencias sindicales, barriales, gremiales, nuevas tribus de todo tipo, de jóvenes pandillas hasta tertulias políticas, grupos de autoayuda, muchas minorías y pocas mayorías, sensación de abundancia económica y desconcierto para gastarla, entre otros.

Yo creo que lo que estamos viendo, no son los síntomas del avance incremental de los mismos cambios de hace una década, más acelerados. Estamos más bien transitando el punto de inflexión en los contenidos y en las formas del cambio: hoy estamos frente a los síntomas de algo nuevo.

¿Cuáles son las características de estos cambios que usted observa?

"Lo primero que está cambiando es la forma misma en que se producen los cambios. Los cambios se han vuelto no sólo más acelerados, ocurren muchas cosas en poco tiempo, sino que cada vez más se trata de situaciones impredecibles, con agentes inesperados en lugares inesperados. ¿Quién pudo prever el movimiento de los secundarios o el alto rating de la violencia más cruda en televisión? Los cambios no sólo son veloces e impredecibles, sino que son muchos al mismo tiempo. En segundo lugar, si se observan los nuevos fenómenos de cambio, se puede apreciar que el motor principal de ellos, ya no es el mismo de los cambios anteriores. Si se piensa, por ejemplo, en los dos cambios previos más importantes, como la introducción de la economía de mercado y la vuelta a la democracia, ellos fueron obra de las instituciones, de los actores institucionales, de los cambios pronunciados desde el Estado. Si se miran los nuevos cambios, el movimiento de los estudiantes secundarios y otros, veremos que su motor son las expectativas.

"Hoy las fuerzas de cambio y los procesos de encausamiento, ya no están del lado de las instituciones, sino del lado de la sociedad y probablemente lo estarán cada vez más"

Pedro Guell
Director de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Alberto Hurtado





TIEMPO PASADO

El historiador Guillermo Feliú Cruz, refiere en una de sus obras, que el núcleo central de la vida en el Chile del siglo 19, en los años de la independencia patria, era en el campo donde la gran protagonista es "la gran hacienda chilena, donde uno de los actores relevantes era el inquilino. Su vida no cambia en todo el siglo XIX. El inquilino ama la tierra que lo vio nacer, porque es su único mundo; generaciones de generaciones le han precedido y él sigue allí, como el árbol, profundamente enraizado a la tierra. Vive de lo que le dispensa el patrón, según sea su carácter bondadoso o áspero. Ha quebrado todo gesto de rebeldía. No era tampoco mejor la vida en las ciudades. La vida del trabajador de la ciudad, en cuanto a las condiciones de higiene de las habitaciones, era miserable. Ya en 1868, una ordenanza municipal prohibió la construcción de ranchos, y la ley de municipalidades de 24 de diciembre de 1891 confirmó la prohibición anterior y dispuso "la construcción, en condiciones higiénicas, de conventillos, o casas de inquilinato para obreros y gente pobre".

SIGLO VEINTE

Feliú Cruz destaca que en el siglo veinte se observan grandes transformaciones, fue un período muy dinámico. Se observaron importantes cambios sociales, como por ejemplo, la gradual inserción de la clase media en las esferas políticas y de poder. De hecho fueron los promotores de los principales cambios en este sentido. Todo ello fue marcando el final de una época y el comienzo de una nueva. A estas manifestaciones hay que sumar cómo las costumbres se transformaron, aparecen los primeros automóviles, el cine, nuevos bailes y formas de relación entre hombres y mujeres, las primeras manifestaciones feministas (se crea el Partido Cívico Femenino en 1920), entre otras. Por otro lado se observa un fuerte proceso industrializador, lo que traerá consigo diversas consecuencias para los distintos sectores sociales. En cuanto a la Educación se observan importantes mejoras como la promulgación de la ley de obligatoriedad de la educación primaria, junto a la ampliación del sistema universitario con la creación de nuevas universidades y al progresivo ingreso de mujeres a la enseñanza superior. Aparecen también nuevos y fuertes liderazgos encarnados en las figuras de los presidentes Arturo Alessandri y Carlos Ibáñez del Campo, que cambiarán por completo el sistema político, junto a la promulgación de una nueva constitución en 1925.



El historiador Guillermo Feliú Cruz, describe los profundos cambios que ha sufrido la sociedad chilena en estos dos siglos, como república independiente.

¿A dónde apuntan entonces, estos nuevos cambios?

"Los cambios de finales de los 90 apuntaban a producir comportamientos nuevos. Lo sorprendente de Tunick era ver desnudos en el parque a los supuestos reprimidos chilenos. La transformación acelerada de estos comportamientos ya se inició y ahora continúa todos los días por su propia inercia. Lo realmente nuevo es que ahora esos cambios ya no apuntan sólo a los nuevos comportamientos sino al orden social mismo. Ya no es el cuerpo, ahora es el orden. Yo supongo que luego de la experiencia de esa vez, los piluchos de Tunick se fueron a sus casas, a lo mejor queriéndolo o sin quererlo, provocaron muchos pequeños cambios en los comportamientos cotidianos de quienes lo rodeaban. Hoy sería distinto, los piluchos se irían directamente a la moneda y pedirían la derogación de alguna ley o la cabeza de algún ministro.

Hoy las fuerzas del cambio y los procesos de su encausamiento, ya no están del lado de las instituciones, sino del lado de la sociedad y probablemente lo estarán cada vez más. En Chile a la sociedad le está quedando chico su entramado institucional".

Cuál es el desafío. Primero y en simple no hacerse más los lesos, el problema ya está aquí, no hay soluciones fáciles, como por ejemplo solamente aumentar la eficiencia de los instrumentos antiguos, por mucho que se remocen las instituciones, no pueden reducir la complejidad, diversidad de una sociedad a escala superior. Es como tratar de impedir que los niños crezcan recosiéndole la ropa que les quedó chica. Tampoco lo logrará un supuesto retorno a formas comunitarias de cohesión, ni una supuesta auto organización participativa desde debajo de la sociedad. El problema es el entramado institucional y de los relatos colectivos y ellos tienen espacios propios de procesamiento como es la política.

DIFERENCIAS SOCIALES

Pese a los esfuerzos desplegados por el país y sus dirigentes durante estos 200 años, el desarrollo de Chile no ha estado exento de dificultades tales como las grandes diferencias sociales que se remontan a los tiempos de la colonia y que no han podido ser resueltas completamente a pesar de los intentos de los más diferentes regímenes políticos. Marta Lagos, experta en estudios de opinión pública y directora de la consultora Mori, se pregunta: "¿qué puede no haber cambiado en estos 200 años?".

La humanidad cambia con el desarrollo económico, es lo único a lo que Marx acertó. Lo interesante quizá es decir lo que no cambia y esa es la estructura estratificada oligárquica de la sociedad chilena. Los que tienen todo el poder han cambiado, de la tierra a las empresas, de los intelectuales a los políticos, pero no ha cambiado la concentración del poder en unos pocos y la exclusión por tantos motivos. Exclusión por pobreza, por color de la piel, por género, por discapacidad, por pensamiento, por la manera como se habla, por educación. No somos una república donde todos son iguales aún. Somos más iguales, mucho más iguales que hace 200 años, pero ciertamente que esta última parte de la recta está resultando más difícil de lo esperado.

La independencia como decía un campesino mexicano fue sólo "otro cura en una mula diferente". ¿Acaso este segundo aniversario implica una segunda independencia, donde seremos una verdadera democracia?".

EL LÍDER EN INSECTICIDAS DEBE ESTAR PRESENTE EN TU NEGOCIO























¡Los Mata Bien MUERTOS!®

SC Johnson
A FAMILY COMPANY

“PESE A LA CRISIS RABIE CRECERA ESTE AÑO MAS DEL 7 POR CIENTO”

El Presidente del directorio de la distribuidora más grande de Chile, Jorge Rabié Uauy, analiza el presente y futuro de la empresa y revisa la situación del país cuando se apresta a cumplir 200 años.

Le brillan los ojos a Jorge Rabié Uauy cuando recuerda los comienzos de la empresa cuyo directorio preside hoy y que se ha transformado en una de las compañías familiares más importantes del país.

Las evocaciones le surgen cuando explica por qué decidieron arrendar por 30 años la muy reconocida “Casa Rabié, de Chillán, una de las más tradicionales de la ciudad y que durante muchos años funcionó como supermercado. “Era lo que había que hacer, porque nunca hemos tenido vocación de supermercadista, ese no es nuestro negocio, nosotros somos mayoristas”.

Dice que los cambios no le provocan sufrimientos, ni a él ni a su familia, “pues entendemos que la proyección de nuestra empresa y de nuestra familia está en ir cambiando. Si nos hubiésemos quedado con la Casa Rabié, no sé cuánto tiempo habríamos soportado la invasión de las cadenas multinacionales. Es probable que si no hubiéramos arrendado, hubiéramos pensado en un proyecto inmobiliario”.

Y explica la vocación mayorista de la empresa a través de antecedentes históricos. “Al principio fue una importadora y vendedora al por mayor de géneros. Pero el bichito de la distribución viene de esos años, ya que en la década del 30, mi abuelo tenía una oficina en París, manejada por un hermano. Un rubro que abandonó cuando la industria textil comenzó a tomar auge en Chile. Si uno se remonta a la historia, mi abuelo era un gran mayorista en géneros en los años 30 y 40”.

Al borde del bicentenario, Jorge Rabié, empresario poco dado a las entrevistas y gran cultor del bajo perfil y la sencillez, accedió a responder algunas preguntas para Bienvenidos. Este fue el diálogo.

¿Cómo encuentra el Bicentenario de Chile a una empresa más que centenaria y regionalista como Rabié?

“Muy bien, consolidada como la más grande distribuidora del país, ofreciendo un servicio de excelencia a decenas de miles de comerciantes minoristas de Chile. Tenemos muchos proyectos, especialmente en el área de logística; estamos haciendo muchas inversiones en infraestructura y le estamos dando prioridad a una nueva unidad de negocios que hemos denominado Punto Rabié. Son 30 mesones mayoristas que inauguraremos en todo el país, en un plazo de tres años. Actualmente hay cuatro Punto Rabié en pleno funcionamiento en Santiago. Además, pese a la crisis, lograremos crecer este año un 7 por ciento, lo que significa en ventas brutas alrededor de US$410 millones, y la perspectiva para el 2010 es acercarnos a un crecimiento del 10 por ciento. El comercio detallista no ha decaído, hoy existen alrededor de 100 mil locales a lo largo del país y todo lo que estamos invirtiendo en tecnología y logística, tanto en la distribuidora como en Punto Rabié, es parte de nuestra vocación de servicio, que merece tanto la Industria como los comerciantes de Chile.

¿A qué atribuye usted el éxito de Rabié en el campo de la distribución, ya que se ha convertido en la más grande y exitosa en el rubro?

“Lo atribuyo a la gente, a nuestros colaboradores que durante todos estos años han demostrado un nivel de compromiso enorme con la empresa. A través de tres generaciones, nuestro personal se ha identificado con los valores que nos legaron los fundadores y lo demuestran cada día en las funciones que cada uno desempeña. Nuestro norte ha sido siempre la búsqueda del mayor nivel de eficiencia, con una fuerza de ventas profesional, apoyada por los más altos estándares tecnológicos y excelencia logística. De esta manera, cumplimos eficazmente con nuestra misión, que es “ser el nexo entre la Industria y el Comercio”. Estamos muy contentos de trabajar con las más prestigiosas marcas de la Industria y con una capacidad logística determinante en la satisfacción de las necesidades de miles de comerciantes en nuestra cadena de distribución.

¿Cuáles son los valores en que se basa el quehacer empresarial de Rabié?

“Nosotros hemos preservado los valores que nos inculcó nuestro padre Jorge Rabié Davani, que son fundamentales en la vida: lealtad, perseverancia, rectitud y la honestidad en los negocios. Estos valores que han internalizado todos nuestros ejecutivos y personal, se han trasladado a nuestras relaciones con los comerciantes y los proveedores, lo que nos ha permitido mantener grandes lazos de cordialidad, confianza e incluso cariño con todos ellos. Todos saben que Rabié es una empresa seria y responsable, como también nosotros comprendemos muy bien el valor de la Industria y del Comercio. Eso permite que el desarrollo de la cadena de distribución se base en valores sólidos, como la confianza. Otra enseñanza de mi padre es la preocupación constante por la gente, por nuestros colaboradores y eso se refleja en las muchas instancias internas que tiene nuestra empresa para apoyar el desarrollo del personal.

¿Por qué Rabié no ha cedido nunca a la tentación, tan frecuente en otras empresas, de trasladar su sede central a Santiago?

“Por el profundo cariño que, al igual que nuestro padre y abuelo, le tenemos a la zona y a la ciudad de Chillán y, también, porque no estamos dispuestos a transar la calidad de vida que tenemos aquí por los negocios. Chillán, afortunadamente, mantiene el carácter provinciano que nos acomoda. Por lo demás, con la tecnología que existe hoy, dirigir una empresa es posible desde cualquier lugar. Nosotros tenemos un compromiso con la gente de la zona y esperamos seguirlo cumpliendo. A los ejecutivos de las grandes empresas que tienen negocios con nosotros, les llama la atención que no nos hayamos cambiado a Santiago pero, finalmente, les gusta. Mientras exista un Rabié al mando de nuestras empresas, estaremos apoyando todas las iniciativas que beneficien a la Provincia de Ñuble.



¿Cómo observa usted el desarrollo del país cuando se apresta a cumplir 200 años?

"Estoy firmemente convencido de que Chile tiene una buena clase política que ha sabido llevar al país por la senda del progreso y el desarrollo. Si observamos lo que ocurre en otros países vecinos, debemos estar agradecidos de la estabilidad y paz en la que vivimos. El mundo ha estado en crisis y los chilenos han sufrido muy poco respecto de lo que han sufrido en otras latitudes. Nuestro país es un ejemplo incluso para las naciones desarrolladas, y así se ha escrito en los diarios financieros de Europa y Estados Unidos donde se ha destacado la seriedad y responsabilidad de las políticas fiscales. Es verdad que aún nos falta para llegar al desarrollo, pero confío que los próximos gobiernos pongan énfasis en la educación que es la piedra angular para que despeguemos y nos ubiquemos en el primer mundo.

¿Cuáles cree usted son las falencias de las que adolece Chile y cuáles son las virtudes?

"Como dicen los economistas, debemos generar riquezas para reducir las grandes diferencias que hay en Chile. Para ello, debemos invertir en tecnologías del conocimiento. Falta fomentar las pymes, seguir mejorando e innovando en educación, seguir con los procesos de modernización del Estado, mejorar la imagen país, definir políticas que permitan el abastecimiento y la diversidad energética, flexibilidad laboral necesaria para seguir siendo competitivos sin dejar de lado los derechos laborales, entre otras. En fin, hemos avanzado mucho pero nos falta bastante aún. Las virtudes de Chile son inmensas, está su gente, amable, cariñosa, patriota y trabajadora; están las bellezas naturales que cualquier país quisiera tener, está el clima muy generoso y está también el deseo de nuestras autoridades, de cualquier color político, por conseguir que pronto Chile llegue al pleno desarrollo para lograr el bienestar de su gente".

"El éxito de la empresa lo atribuyo a la gente, a nuestros colaboradores, que durante todos estos años han demostrado un nivel de compromiso enorme".

Jorge Rabié Uauy
Presidente del directorio de Rabié S.A.

NOTABLE ACEPTACION OBTIENEN
Los Mesones Mayoristas "Punto Rabié"



Comerciantes valoran cercanía, mix de productos, precios y ofertas permanentes.

Punto Rabié J.J. Pérez 5085, Quinta Normal, Santiago.

La nueva unidad de negocios "Punto Rabié" es una de las prioridades de la empresa, según la calificó en reciente entrevista el presidente del directorio del Grupo Empresarial Rabié, Jorge Rabié Uauy. El proyecto de mesones mayoristas contempla en su primera etapa la instalación de 30 de estos negocios en todo el país, los que estarán en funcionamiento en un plazo de tres años. En la actualidad, cuatro de los quince "Punto Rabié" proyectados para Santiago, están en pleno funcionamiento: Camino a Melipilla, sector El Salto en la comuna de Recoleta, en la avenida JJ Pérez en la comuna de Quinta Normal y en la Gran Avenida, paradero 21, sector El Parrón.

¿Cuáles son los objetivos de estos mesones mayoristas? Abastecer a los comerciantes minoristas que, por diversas razones, necesitan una atención complementaria de la fuerza de ventas de Rabié y aquellos que necesitan reabastecerse más de una vez a la semana.

"Uno de los aspectos centrales que hemos tomado en cuenta para la instalación de estos mesones mayoristas"- indica Ricardo Apara, gerente de Comercial Punto Rabié Limitada- "es la cercanía con nuestros clientes principales que son los minoristas. Por eso hemos privilegiado los sectores donde existe mayor concentración de ellos".

Respecto de los resultados obtenidos hasta el momento, Ricardo Apara se mostró muy satisfecho: "Estamos en franco crecimiento y cumpliendo los objetivos planteados. Hemos podido comprobar que nuestros clientes se muestran muy satisfechos por las características que tienen nuestros mesones mayoristas: cercanía con los clientes, gran mix de productos, excelente atención, precios muy competitivos y ofertas permanentes. La aceptación que han tenido los "Punto Rabié" es notable y nos tiene muy contentos".

EN QUINTA NORMAL

Uno de los últimos Punto Rabié en entrar en funcionamiento, es el ubicado en la comuna de Quinta Normal, calle J.J. Pérez 5085. Con un amplio estacionamiento, este mesón mayorista acaparó inmediatamente las preferencias de los comerciantes del sector. Cristian Huanel Peralta, casado, un hijo, es el encargado de su funcionamiento. Con once personas a su cargo, han obtenido excelentes resultados desde que abrieron sus puertas el 21 de septiembre. "Nuestro local es muy llamativo", sostiene Huanel, "tiene excelente iluminación y está muy ordenado. Esto les gusta a los clientes que diariamente vienen a buscar mercaderías. Caímos "en gracia" de inmediato porque atendemos bien a los comerciantes, los ayudamos a elegir los productos que necesitan, les damos consejos y además le cargamos la mercadería en sus vehículos. Hasta el momento, estamos cumpliendo con los objetivos que se ha planteado la empresa y creemos que cada día aumentaremos el número de comerciantes que atendemos. Nos damos cuenta que se están pasando la voz y aprecian mucho las ofertas que les presentamos".

Los comerciantes de Quinta Normal destacan la cercanía del Punto Rabié ubicado en JJ Pérez. También el gran mix de productos, la excelente atención, los precios competitivos y las ofertas que tienen gran aceptación. Aprecian además el orden, la iluminaciòn del local y su amplio estacionamiento.

EXTRAORDINARIO ÉXITO DE LA CAMPAÑA

Más de cuatro mil personas se inscribieron en menos de un mes en internet para proclamar el gran amor que sienten por su perro. Alimento Master Dog planea reunir a los Dog Lover para desarrollar actividades y concursos.

Se dice que los perros, nuestras mascotas, son inocencia pura y que se asemejan a los niños, quienes son francos y sinceros hasta el máximo. No disimulan, no expresan más que lo que sienten en cada momento y si te dan un beso espontáneo es el beso más sincero que puedas recibir. Las historias de amor canino son innumerables y la literatura está llena de ellas. Ahora, sin embargo, les toca a los amos, a los Dog Lover, una comunidad que en muy pocos días se ha volcado a un sitio en internet para expresar, sin vergüenzas, el vínculo emocional que tienen con sus mascotas (www.doglover.cl).

El alimento Master Dog, elaborado por la empresa Nutripro, perteneciente al holding Tucapel, ha sido el autor de esta iniciativa que ha motivado a miles de chilenos a expresar, sin prejuicio alguno, el amor que sienten por estos grandes compañeros, fieles, cariñosos, que brindan compañía en todas circunstancias.



Debido a la alta competencia en el segmento de mercado donde está presente, Master Dog se mantiene en permanente proceso de innovación, agregando valor al producto. Ya en el 2006 se había disminuido el tamaño de los bocados, incorporando los ácidos grasos Omega 3 y agregándole colores, al tiempo que se innovaba en los envases y en la comunicación. Ahora, nuevamente se renueva el producto, desarrollando un nuevo concepto de Omega Full con bocaditos veteados. "El nuevo Master Dog con bocaditos veteados con Omega full promueve la salud de la piel y un pelaje brillante en los perros", según indica a "Bienvenidos", Patricia Muñoz, Product Manager Mascotas de Nutripro.

CAMPAÑA DOG LOVER MASTER DOG

Desde hace algunas semanas, en la televisión, radios, prensa escrita e internet, hemos observado una intensa campaña destinada a reconocer a los chilenos Dog Lover, que no son otros que aquellos que tienen una relación especial con sus mascotas, aquellos que, como indica la publicidad, "llevan a sus perros a todas partes, le compran un regalo para navidad, le conoce sus gustos, lo deja dormir alguna vez en su cama, sabe y reconoce que ama a su perro, siempre le da lo mejor a quien más quiere", en fin, una serie de conductas que reflejan claramente el gran vínculo emocional que tienen con su mascota. Patricia Muñoz comenta que en la empresa están ampliamente satisfechos con los ecos de la campaña porque "en menos de tres semanas que abrimos el sitio en internet, (doglover.cl)tenemos más de cuatro mil personas que han subido sus fotos con su perros y ya son parte de la comunidad Dog Lover Master Dog. Hicimos un concurso llamado "enchule a su mascota" y la respuesta también fue extraordinaria: más de 400 personas en sólo un fin de semana se inscribieron y subieron fotos de sus perritos con sus mejores galas".

La gente agradece que se haya abierto un espacio donde se pueda expresar, sin cuestionamientos, ese amor entrañable que sienten por sus perros. "En esta comunidad Dog Lover Master Dog -indica Patricia Muñoz- "hay personas de todas las edades: niños, adolescentes, adultos, tercera edad, hombres y mujeres y todos, sin excepción, expresan su agradecimiento por los impagables momentos de alegría que les brindan sus perros".





¿Cuál es el objetivo de la campaña que está realizando Master Dog?

"Buscamos que las personas que tienen este fuerte vínculo de cariño con su perro y que lo consideran parte de su familia se sientan identificados con nuestra campaña Dog Lover Master Dog.

¿Qué proyecta hacer Master Dog con esta gran comunidad que ha encontrado su punto de reunión en internet?

"Vamos a realizar diversas actividades con la comunidad Dog Lover Master Dog: desarrollar entretenidos concursos donde ganen las mascotas y sus amos, eventos, artículos de interés, entre otras actividades".



EL ORGULLO Y LA PASION De Trabajar en Rabié

Marcela Zapata llegó muy joven a la empresa, con su título de contadora bajo el brazo. Hoy es una flamante ingeniera en administración y, tras pasar por diversos cargos, está al frente de la gestión comercial de Punto Rabié.



Hasta no hace mucho tiempo existía en nuestra sociedad la teoría del "gran hombre" a la que contribuía la frase hecha "detrás de un gran hombre, hay una gran mujer". Esta hipótesis contribuyó a estereotipar el liderazgo como una condición absolutamente masculina, lo que provocó problemas a las mujeres al momento de ingresar a campos profesionales, políticos o sociales.

No fue el caso de Marcela Zapata, una jovencita recién egresada del Liceo Comercial de Chillán, quien llegó hasta las oficinas de Distribuidora Rabié con un resumido currículum a solicitar trabajo. Tenía el título de contadora y se había desempeñado durante sólo tres meses como cajera en un supermercado de Concepción. "Quería ayudar a mi familia y por eso me apresuré en trabajar apenas salí del comercial", recuerda Marcela.

En las antiguas oficinas de Rabié, en la Panamericana Norte, la joven contadora fue atendida por don Jorge Rabié Davani. "Conversamos, a él le interesaba saber si yo era buena con los números, si era ordenada, aplicada y meticulosa, como era su estilo. Confió en mí, me dio la posibilidad de trabajar un mes a prueba y después quede contratada", precisa Marcela Zapata quien logró en 2005, -con esfuerzo y el apoyo de Rabié- titularse de ingeniero de administración de empresas con mención en finanzas.

Durante su desempeño en la empresa, la joven profesional ha demostrado lo que los expertos preconizan sobre las capacidades femeninas: "la mujer líder tiene condiciones para motivar y, debido a su capacidad de convocatoria, estimular la participación y la autoestima. Diferentes estudios constatan que la mujer concibe al liderazgo como un medio de transformación hacia sus subordinados, aplica sus habilidades por las relaciones interpersonales y motivacionales para transformar el interés individualista por un interés colectivo guiado hacia la empresa. En el mundo empresarial las mujeres aportan nuevos y complementarios enfoques. Especialistas en el tema, sostienen que la mejor mezcla para los negocios es la audacia masculina con la ponderación femenina, que hace ver las cosas a mediano y largo plazo.

"Nunca sentí que hubiera machismo en la compañía, desde don Jorge para abajo, siempre sentí respeto, apoyo y solidaridad de parte de los dueños y ejecutivos de la empresa y eso me ha ayudado mucho en el desempeño de mis funciones", indica Marcela, quien acaba de ser designada jefe comercial de la subsidiaria Comercial Punto Rabié Limitada, sociedad a cargo de los mesones mayoristas Punto Rabié: "tenemos locales en diversas comunas de Santiago, cuatro de los cuales están en pleno funcionamiento. En un plazo de tres años tendremos 30 de estos locales en todo el país. Estamos orientados al canal minorista, especialmente a los negocios más pequeños a los cuales nuestros vendedores no atienden por diversos motivos y a aquellos que necesiten reabastecerse con urgencia.Tenemos formatos y precios adecuados para el comercio minorista,

"Años atrás, por una situación de gran dolor para mi y mi familia, pude apreciar la enorme solidaridad y cariño de la familia Rabié, fue un gran apoyo que nunca voy a olvidar".

Marcela Zapata
Jefe Comercial de Punto Rabié



principalmente para los negocios más chicos. El resultado que hemos obtenido hasta el momento, es muy bueno, nos ha visitado mucho público, se vende mucho mix, logramos a través de avisos en la prensa que el comerciante nos conociera, fuera a ver nuestros locales y comprobara que la atención que brindamos es de gran calidad y calidez, muy diferente a otros locales de la competencia".

"EXAMEN DE ADMISON"

Marcela reconoce que son "varios años" muy gratificantes y de desarrollo profesional y personal bastante importantes. "La empresa me ha dado todo lo necesario para sentirme a gusto tanto profesionalmente como en el plano personal y yo le he entregado a la empresa lo que ellos han requerido profesionalmente de mí; ha sido una relación de mutuo beneficio".

Empezó a trabajar en el departamento de Crédito y Cobranzas, después pasó a Pago a Proveedores, y luego trabajó como secretaria de Esteban y Jorge Rabié, quienes se desempeñaban como gerente comercial y gerente general, respectivamente.

"Estoy muy contenta, muy satisfecha, pasé por varias áreas, trabajé con don Esteban en el área comercial cuando él negociaba con los proveedores. Estábamos recién partiendo con sistemas computacionales de vanguardia, aprendí mucho, hicimos un gran equipo. Luego, con don Armando Jara, cuando asumió la gerencia comercial, trabajé con él como Jefe del Departamento Comercial. Cuando don Armando es promovido a la gerencia general, me corresponde colaborar con don Yerko Luksic en la gerencia comercial, donde también tuve una etapa de gran aprendizaje. Ha sido un constante evolucionar, conociendo más la empresa, aportando y trabajando en equipo y así fuimos surgiendo hasta convertirnos en lo que Distribuidora Rabié es hoy: la más grande, prestigiosa y tecnológicamente avanzada distribuidora del país. Siento orgullo de trabajar en Rabié y una pasión enorme en desarrollar mi labor".

Marcela Zapata participó también como usuario líder en la implementación en la empresa de su actual ERP, software de administración de la información que permite hacer más eficiente su operación y planificar sus recursos. Esta actividad la tuvo por poco más de un año alejada del área comercial. "Fue un cambio notable que le ha permitido a Rabié un control muy eficiente de la gestión de la empresa".

VALORES PERMANENTES

En la actualidad, Marcela Zapata está a cargo de la gestión comercial de Comercial Punto Rabié, "que es un plan muy importante para la compañía. Me siento muy orgullosa que hayan confiado en mi para este proyecto. Significa un gran desafío y pondré todo el empeño para estar a la altura de la responsabilidad".

¿Cuáles diría usted, Marcela, son los valores más relevantes que inspiran a Distribuidora Rabié?

Lo mismo de sus fundadores, la rectitud en la parte personal y en los negocios, una profunda lealtad con sus colaboradores, además de una gran solidaridad. Años atrás, por una situación de gran dolor para mi y mi familia, pude apreciar la enorme solidaridad y cariño de la familia Rabié, fue un gran apoyo que nunca voy a olvidar. Quiero destacar además el cariño y responsabilidad que sienten por Chillán y la provincia de Ñuble, eso no ha cambiado desde don Nicolás y don Jorge y que, en la actualidad, mantienen con el mismo fervor, sus herederos, don Jorge y don Esteban Rabié".

IDENTIKIT

Libros: novelas entretenidas, livianas, que me distraigan.

TV: programas magazinescos, series, películas y documentales que te enseñen. Deporte: De pronto ir al gimnasio y trotar.

Deporte para mirar: el tenis, me gusta mucho aunque no lo practico. Entre los tenistas, admiro a Fernando González por su calidad y su caballerosidad.

Animador de TV: Felipe Camiroaga, me entretiene cuando logro verlo. Es muy suelto y simpático.

Actores de cine: Anthony Hopkins y Leonardo Di Caprio, son muy buenos en lo que hacen.

Baile: me gustan todos, si voy a una fiesta me entretengo bailando. Me gusta mucho la cueca, aunque no soy una experta.

Personaje histórico: Juan Pablo II, me dejó marcada.



RABIE2009
un desafío mundial

BIMESTRE NOVIEMBRE - DICIEMBRE

La clasificación de Chile es la coincidencia perfecta para la promoción de fin de año que realiza la distribuidora y que tiene espectaculares premios para sus clientes y la fuerza de ventas.

Como nunca, a una fecha del final y fuera de casa, Chile clasificó al mundial de Sudáfrica 2010, una jornada que quedará plasmada como una de las más importantes de la historia deportiva nacional. Una hazaña a la que los chilenos no estamos acostumbrados y que hizo exclamar a Marcelo Bielsa "¡Qué bueno que los futbolistas, que son una extracción del pueblo chileno, puedan devolverle a su gente, especialmente a los que más dificultad tienen para darse felicidad, una alegría de este tipo, que sintetiza y reúne, sin ninguna distinción, a los chilenos!".

Afortunada circunstancia que potencia la tradicional actividad de fin de año de Distribuidora Rabié y que, en esta oportunidad, por razones obvias, se ha titulado "Rabié 2009, un desafío mundial".

Un entretenido desafío que se prolongará durante el último bimestre del año y que involucra a la fuerza de ventas de Rabié, a sus proveedores y, fundamentalmente, a los clientes de cobertura, mayoristas e instituciones. Un desafío que este año tiene un incentivo adicional porque la empresa y los proveedores asociados han resuelto aumentar significativamente la cantidad de premios para los clientes, como también ampliar los incentivos a la fuerza de ventas".

El ingeniero comercial de la Universidad Católica, Gonzalo Bravo Schilling, casado, dos hijos, se incorporó recién, en abril de 2009 a Rabié. Una de sus tareas prioritarias ha sido la estructuración de esta actividad cuyo objetivo es cerrar exitosamente el año con una promoción muy entretenida, con incentivos verdaderamente interesantes para los vendedores y premios espectaculares para los clientes. "Tenemos pack de vasos cerveceros con el logo de la actividad, televisores LCD y un gran premio: viajes al Mundial de Sudáfrica para apoyar a la selección chilena", anuncia Bravo.

En el mes de noviembre, explica Bravo, se editará un catálogo donde estarán todos los productos de los proveedores asociados a la promoción.

"Queremos hacer una mecánica muy sencilla, tanto para los premios que llamamos de ilusión (Televisores LCD y viajes a Sudáfrica), que para ganarlos los clientes participarán en un sorteo, como para los premios directos (Packs de vasos cerveceros), que se obtendrán por cumplimiento de una meta de compras", acota el ejecutivo.

Yerko Luksic, gerente comercial de Rabié, expone la Promoción de Fin de Año a los proveedores, en un encuentro desarrollado en Casapiedra, Santiago.





Gonzalo Bravo, ejecutivo de marketing de Rabié S.A.

¿Y para la fuerza de ventas?

"Este año simplificamos toda la mecánica y habrá más premios para la fuerza de ventas. En primer lugar, la competencia por los premios ilusión será de todos contra todos y, por otra parte, los vendedores accederán a premios quincenales consistentes en bonos extras por cumplimiento de metas. Para ello tendremos metas cada quince días y, si las cumplen, obtienen un premio en dinero que se le adicionará a su renta. La idea es que haya incentivos durante todo el mes, tanto en noviembre como en diciembre. La mecánica la comunicaremos a la fuerza de ventas en la primera semana de noviembre, durante tres eventos que realizaremos en nuestros centros de distribución. Serán reuniones de camaradería entre los vendedores y ejecutivos de las empresas proveedoras. La idea es que sociabilicen, se conozcan, intercambien opiniones y salgan potenciados a participar en este Desafío Mundial. El puntapié inicial se dará el lunes 2 de noviembre durante un evento en Chillán; para continuar el miércoles 4 en Santiago y finalizar el lanzamiento el sábado 7 de noviembre en Antofagasta".

GRAN PREMIO

El gran premio para los mejores del área de ventas de Rabié, consiste en un viaje a Sudáfrica para presenciar el primer partido de la Selección Chilena en el Mundial de Fútbol, y estará asociado al cumplimiento de las metas de Rabié del bimestre y al cumplimiento de las metas Fullmix de los proveedores. "Rabié 2009 un Desafío Mundial" se desarrollará, al igual que el Campeonato Mundial, en cuatro fases: del 1 al 15 de noviembre los cuartos de final; del 16 al 30 de noviembre los octavos de final; en diciembre, en la primera quincena se disputará la etapa semifinal y, por último, del 16 al 30 de diciembre, se disputará la final. En cada una de estas etapas, los vendedores optarán a bonos especiales en dinero si cumplen sus metas.

"La idea" -acota Bravo- "es que los vendedores tengan incentivos durante todo el mes, porque estimamos que, de esta manera, la jornada se torna más interesante, entretenida y de mayores beneficios para nuestra fuerza de ventas, nuestros clientes y, obviamente para las empresas proveedores que participan en la promoción. Distribuidora Rabié es una de las pocas empresas chilenas que enviará un grupo considerable a Sudáfrica, y que estará compuesto por clientes, vendedores e incluso el mejor proveedor, que se definirá en base a una serie de parámetros que estableceremos en el área comercial. Por lo tanto, en Sudáfrica, vamos a tener una buena barra Rabié apoyando a la "roja de todos".

LA MAGICA HISTORIA DE RERE

Minas de oro, banco y billetes propios, un sacerdote jesuita milagroso y sus legendarias campanas que se niegan a abandonar el pueblo, son parte de la leyenda que rodea a este caserío de la región del Bío-Bío.

Rere es increíble. Histórico, pintoresco, legendario. Situado 70 kilómetros al sur de Concepción, en medio de suaves lomajes de tierra roja, sus calles polvorientas y casas de añoso adobe, son la viva imagen del pasado. Un pasado esplendoroso, en todo caso. Si, porque Rere, pájaro carpintero en mapudungun, el idioma de los mapuches, no sólo fue un enclave importante para los conquistadores, también un lugar de misión para los jesuitas con santo incluido; riquísimos minerales de oro, un banco propio y, por si fuera poco, con las legendarias campanas de oro que jamás ha sido posible sacarlas del lugar. Es un pueblo mágico donde el tiempo transcurre a otro ritmo.

Este pintoresco pueblo tiene sus orígenes en la guerra fronteriza que libraron españoles y araucanos desde los comienzos de la Conquista. Fundado por Alonso de Sotomayor en 1586, con el nombre de nuestra señora de la Buena Esperanza, el pueblo pretendía ser un nexo entre Yumbel y Concepción. En 1603 se construyó un fuerte, abandonado durante la insurrección mapuche de 1655, lo que provocó la huida de tres mil de sus habitantes hacia la capital del Bío-Bío. En el año 1621 llegan los Jesuitas a la zona de Concepción e instalan en este pueblo uno de sus renombrados colegios. Un siglo más tarde, estos religiosos fueron los responsables de fundir tres campanas entre cuyos materiales prima el oro. Estas fueron construidas con la intención de anunciar con mayor belleza el llamado de las múltiples ceremonias religiosas que se hacían en la misión y que fue posible gracias a las donaciones de joyas de oro, plata y otros materiales nobles que entregaron algunos vecinos a los jesuitas. Las aleaciones le dieron un teñido extraordinario, cuyos repiques se escuchaban a varios kilómetros.

Son las campanas las que le han dado nombradía al pueblo. Dice la leyenda que cuando el maremoto destruyó la ciudad de Concepción (entonces situada donde hoy está Penco), el obispo decidió trasladar estas campanas a la nueva catedral que se construía en la actual ubicación de la ciudad penquista. Sin embargo, misteriosamente cuando la trasladaban en una carreta tirada por varias yuntas de bueyes, a poco andar no hubo fuerza que lograra hacerla avanzar. Pero el hecho más asombroso fue que cuando se decidió volverla a su lugar, no se necesitó más que una sola yunta para hacerlo. El punto más alto en la grandeza del pueblo, estuvo en 1795 con el descubrimiento de las minas de Matamala, generándose la fiebre del oro. En 1889 ante la riqueza de la zona, se declara oficialmente instalado el Banco de Rere, debido a la importante actividad comercial, con la autorización del Presidente Manuel Balmaceda. El Banco de Rere fue autorizado para emitir sus propios billetes. En 1927 se construye la Iglesia de Rere, de la cual sólo queda el Campanario, lo restante desapareció con el terremoto de 1960. Al lado del campanario se encuentra una de las bellezas del lugar, una gran palma traída por uno de los jesuitas y que tiene cerca de 300 años. En la nueva Iglesia se encuentra la tumba del Padre Jesuita Juan Pedro Mayoral, sacerdote que se destacó por su defensa de los mapuches y a quien se le atribuyen innumerables milagros. Según los lugareños, en El Vaticano se desarrolla el proceso de beatificación. A este sacerdote se le recuerda con mucho cariño porque, se dice que fue uno de los fundadores del pueblo, además de la escuela que creó y en la que acogió a muchos niños indígenas que recurrieron a él en busca de ayuda.

MONUMENTO NACIONAL

A partir de sus singulares características que presentan variadas construcciones de este histórico pueblo, la municipalidad de Yumbel abrió un expediente técnico para la postulación a monumento nacional del Conjunto Patrimonial de Rere. Entre las edificaciones postuladas figuran la Casona Colonial Colegio Jesuita, la Tumba del Padre Mayoral, la Torre Campanario Neoclásica, la Palma de la Iglesia y las Campanas de Oro.





PASION POR EL COMERCIO

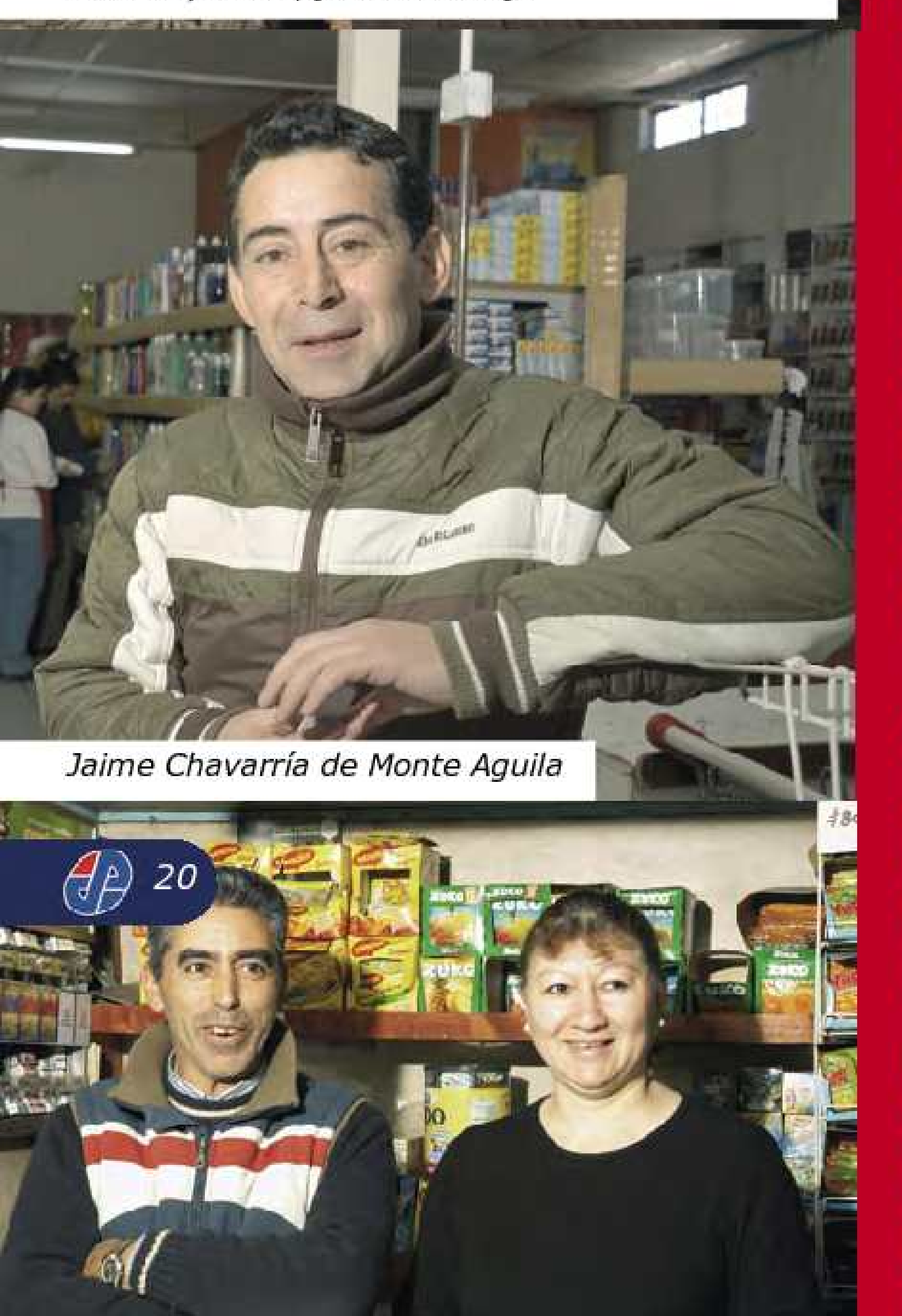
En Monte Aguila, Yumbel y Rere, el comercio minorista, en conjunto con Distribuidora Rabié, desarrolla un rol fundamental en el abastecimiento de los productos de consumo masivo.

Monte Águila tiene dos ciudadanos que le han dado renombre a este pequeño poblado de la Región del Bío-Bío: José Sepúlveda, "El Monteaguilino", quien con su gallina castellana hizo bailar a toda la Quinta Vergara, en el Festival de Viña del Mar con la guaracha del "Caballito de Metal". Posteriormente, otro vecino ha brillado con luces propias. Luis Chavarría, "El Chiqui", ex-jugador de Deportes Concepción, Huachipato y la Universidad de Chile, quien jugando por la selección, lesionó al crack uruguayo Enzo Francescoli en el partido por las eliminatorias para el mundial de Francia y que Chile ganó 1-0.

SUPERMERCADO JAYLU: Es precisamente este deportista, Luis Chavarría, quien junto a su hermano Jaime son los propietarios de Jaylu, el único supermercado de Montea Águila que ya tiene 10 años de existencia. "Nosotros", dice Jaime, "somos una familia de comerciantes y me llamaba la atención que los monteaguilinos viajaran hasta Cabrero para hacer sus compras. Investigué y me di cuenta que la razón era porque allí los productos eran más baratos. Entonces, tras convencer a mi hermano "El chiqui", decidimos asociarnos para instalar un supermercado. Fui a Chillán, me entrevisté con la gente de Rabié y ellos decidieron apoyarme. Inicié un agresivo plan de ofertas y en menos de un año no sólo nos consolidamos sino que el local nos quedó chico. En



Maritza y Pablo, junto a su hija



Jaime Chavarría de Monte Aguila

Matrimonio de Jorge y María Soledad Valdebenito



Ana Godoy y Víctor Zúñiga, junto a su hija

el intertanto sufrimos dos incendios que nos dejaron prácticamente en la ruina. Sin embargo, en las dos ocasiones Distribuidora Rabié "apechugó" con nosotros, dándonos crédito y surtiendo el local". Ubicado frente a la plaza de armas de Monte Águila, el supermercado Jaylu, no sólo cumple la labor social de abastecer a los vecinos, además da trabajo a los jóvenes que egresan del liceo local. Son 18 las personas que trabajan en el supermercado que, aparte de los abarrotes, tiene departamentos de panadería y pastelería, rotisería y carnicería. "Monte Aguila es un pueblo pequeño, somos unos 8 mil habitantes, incluyendo la parte rural y, afortunadamente, no se ha sentido la crisis. Las ventas no han bajado, al revés, se han potenciado y eso nos ha permitido ampliar nuestros negocios, ahora también tenemos la ferretería "El Chiqui" y la salsoteca "La Ruca"; nos ha ido bien, no nos podemos quejar", finaliza Jaime Chavarría.

ALMACEN SAN LUIS: Hace 16 años, el matrimonio formado por Jorge y María Soledad Valdebenito, decidió tener independencia económica y para ello instalaron un almacén en la calle Florencio Arrivillaga 240."Ha sido una experiencia gratificante", explica Jorge, "porque no sólo nos ha permitido financiarnos sino también entablar relaciones de verdadera amistad con nuestros clientes. Aquí, en Monte Águila, afortunadamente, la vida es muy tranquila y la gente es muy buena. No tiene la malicia de las grandes ciudades y eso contribuye a las buenas relaciones. El negocio funciona bien y nos permite tener un buen pasar, sin sobresaltos".

MINIMARKET EBEN EZER: Profundamente creyentes, el matrimonio formado por Pablo y Maritza Díaz, no dudó en usar una cita bíblica para darle nombre al minimarket que, hace 15 años, instalaron en la calle Valdivia 495, a escasos metros de la Plaza de Armas de Yumbel. En hebreo Eben Ezer quiere decir "Dios nos ha ayudado" y así ha sido. Según Pablo, cuando hace 15 años decidieron instalar un nuevo local en la actual ubicación, amigos le advirtieron que el local estaba "quemado", que dos negocios que lo ocuparon anteriormente quebraron. "A nosotros nos ha ido diferente, hemos tenido suerte porque cada año tenemos mejores resultados", reconoce Pablo Díaz. Es evidente que el matrimonio Díaz, cuatro hijos, ha ayudado al éxito. Un negocio muy ordenado, limpio y con una iluminación espectacular, llama la atención cuando se pasa por la calle. La principal clientela la compone "la gente del campo" que acude dos veces al mes para llevarse sus pedidos. "Yumbel, indica Pablo Díaz", aunque es una comuna muy apacible, tiene bastante movimiento comercial y eso nos permite desarrollar nuestra actividad sin sobresaltos. Para la festividad de San Sebastián, en cada mes de enero, Yumbel recibe a miles de peregrinos. Es una fecha que transforma a nuestra comuna en el epicentro de la religiosidad de Chile, y también de la actividad comercial, pero esos días viene mucho comerciante ambulante de otras regiones del país".

PROVISIONES SAN LUIS: Víctor Zúñiga trabajaba en la madera, era chofer de camión y su tarea le impedía estar cerca de su familia que vivía en Rere, el mítico pueblito de las campanas de oro. Hace doce años y ante los requerimientos de su esposa, Ana Godoy, decidió terminar con su trabajo en los camiones e instalarse definitivamente en Rere para estar junto a sus hijos, verlos crecer y participar en su educación. Para financiar el regreso a casa y la educación de los niños, hace doce años, instalaron un almacén destinado a satisfacer las necesidades alimenticias de sus vecinos. Para la implementación del negocio en cuanto a mercaderías, recurrieron a Rabié, donde encontraron acogida y desde entonces se han dedicado cien por ciento al negocio. "Nos ha ido bien", reconoce Ana Godoy, "porque le hemos puesto empeño y los dos trabajamos codo a codo y le brindamos una muy buena atención a nuestros clientes. Mi marido viaja cada tres días a Concepción para abastecernos de frutas y verduras y el resto de las mercaderías la obtenemos de Rabié, a través del vendedor Jaime Chávez quien siempre nos ha entregado un muy buen servicio. Estamos muy satisfechos porque el negocio nos ha permitido educar a nuestros hijos, el mayor, Mauricio, es ingeniero estadístico y trabaja en la Universidad de Chile, en Santiago; Víctor, el hijo del medio, cursa enseñanza media y la más pequeña, Anita, estudia enseñanza básica. ¿Qué más podemos pedir?".

Nuevo MASTER DOG

con









www.doglover.cl

VELOZ DESARROLLO OBTIENE La Nueva Area Rabié Office

Dependiente del canal institucional, esta nueva arista de negocio busca satisfacer las necesidades de insumos no estratégicos de las empresas del país. Entre ellos los artículos de escritorio, aseo, limpieza y snack.

El importante desarrollo del canal institucional de Distribuidora Rabié, se refleja no sólo en haberse convertido en el principal proveedor de alimentos del Estado de Chile, a través del sistema ChileCompra, sino también en la creación del área especializada Rabié Office, cuyo objetivo es cubrir las necesidades no estratégicas de las empresas.

Liderado por el subgerente, Jaime Saglié Haddad, el canal institucional se define como el segmento de clientes donde consumen el producto ellos mismos, a diferencia del canal tradicional que lo compran para venderlo al consumidor final. Está dividido en cuatro áreas: una es la atención a los grandes casinos como Sodexo, Casino Express y Compass, donde Rabié está consolidado. Otras áreas son la de ChileCompra, donde la distribuidora ha afianzado su participación, convirtiéndose -como está dicho- en el más importante abastecedor de artículos alimenticios de las empresas y servicios públicos del país y la ruta institucional, que ha tenido singular éxito, con vendedores de ruta, en la atención de los hoteles, instituciones y casinos medianos. Por último, está la naciente área Rabié Office.

RABIE OFFICE

Jaime Saglié la define: "es una nueva área orientada a satisfacer las necesidades de insumos no estratégicos de empresas, como por ejemplo, artículos de escritorio, aseo y limpieza, abarrotes y snacks. Teniendo una gran capacidad logística, que es nuestra cobertura nacional, nos dimos cuenta que poseíamos ventajas para vender todo este tipo de insumos a las empresas de todo el país. Para eso, incorporamos 500 nuevos productos que nosotros no manejábamos y lo potenciamos con los otros 6 mil productos que si operamos en Rabié, que son los artículos de aseo, abarrotes, los snacks, entre otros.



Luciano Rodríguez, jefe de área y Jaime Saglie, subgerente de ventas Canal Institucional de Rabié.

¿Cómo se desarrolló la parte operativa de esta nueva área?

"Se designó a Luciano Rodríguez como jefe del proyecto, quien realizó una investigación de mercado y, luego de analizar los resultados y adoptar las medidas correspondientes, se decidió iniciar las operaciones en agosto. Ha funcionado bien y se potencia con otro producto que tenemos que son las canastas de alimentos. El resultado es que ambas áreas se fortalecen, porque una vez que les vendemos las canastas, seguimos trabajando con las empresas con los insumos de oficina. En el rubro de las canastas, hemos hecho un muy buen convenio con la Caja de Compensación "Los Héroes", que los está entregando a sus afiliados que reciben pensiones bajas. En la televisión se puede observar al actor Héctor Noguera publicitando esta promoción.

¿Cuáles son los productos que distribuyen a través del área Rabié Office y cuáles son las empresas proveedoras?

"Para ser competitivos, tuvimos que incorporar nuevas líneas de productos enfocados a oficinas que se complementan muy bien a los ya existentes en Rabié y, de esta forma, entregar una solución integral a nuestros clientes. Dentro de estos productos podemos destacar: calculadoras, artículos de escritorio, insumos computacionales, bebidas, entre otras. Los principales proveedores son: Rhein, Libesa, Imex Estado, Bic, 3M, Inv. Newell y otros más.

¿Qué estrategia usaron para dar a conocer esta área y cuál ha sido la recepción de los clientes?

"Para darnos a conocer hemos utilizado contacto directo a través de nuestra fuerza de venta telefónica, visitas a terreno, mailing masivo, catálogos y promociones. Los clientes de Office son todos nuevos para la empresa y nos han recibido con agrado por esta nueva apuesta, ya que tienen una muy buena opinión de Distribuidora Rabié, su completo mix y sus excelentes servicios logísticos.




El equipo del Canal Institucional de Rabié.

DESPACHO CERTIFICADO

Luciano Rodríguez, jefe del área, relata que hasta el mes de agosto "funcionamos como marcha blanca, dentro de la cual incorporamos más de 500 productos nuevos y logramos desarrollar un despacho certificado por cliente, es decir, nuestros clientes reciben una caja cerrada, etiquetada con todos sus datos, lo que se traduce en mayor seguridad, calidad y servicio. Los tiempos de entrega son óptimos, sólo 24 horas en Santiago y 48 horas para los pedidos de provincias. Para el año 2010 esperamos seguir ampliando el mix de productos, aumentar la fuerza de venta e incrementar en forma exponencial el número de clientes actuales. Proyectamos trabajar en el próximo año con mil clientes de Office y vamos a profundizar y ampliar el mix de productos. También la forma de vender, pues en esta área se genera mucha venta telefónica y por internet, a través de nuestra página web".

"Teniendo una gran capacidad logística y cobertura nacional, nos dimos cuenta que poseíamos ventajas para vender todo este tipo de insumos a las empresas de todo el país".

Jaime Saglié
Subgerente de ventas
Canal Institucional de Rabié



CABALAS PARA TENER ABUNDANCIA Y Prosperidad En El Año 2010

Los ritos y tradiciones más recurridos por los chilenos para alejar lo negativo del año que finaliza y atraer la buena suerte para el que llega.

Las cábalas y tradiciones de año nuevo han existido desde tiempos inmemoriales y responden a la necesidad que tiene el ser humano, de mantener la esperanza en los tiempos que vendrán. Tal es así, que es muy probable que sea la festividad más antigua celebrada, atravesando todas las creencias y culturas. Estos rituales tienen como objetivo alejar todo lo negativo del año que finaliza y atraer la buena fortuna y la prosperidad para el que comienza.

Alrededor de la llegada de este día se han creado innumerables cábalas y tradiciones, con el objeto de lograr la buena fortuna y prosperidad en el año que se inicia.

Una de las más populares es la tradición de las 12 uvas, que según establece el ritual, deben ser comidas, al tiempo que suenan las 12 campanadas, que anuncian el comienzo del año. Otros creen que hay que recibir el nuevo año con dinero dentro de los zapatos, para que éste no falte durante el año que se avecina. Si está en la busca del amor no puede olvidar que la primera persona a la que abrace debe ser del sexo opuesto, lo que significará un buen futuro amoroso. Si no tiene pareja, use ropa interior amarilla, ojalá regalada, lo que según algunos es bastante efectivo.

Algunos cabalistas sostienen que dependerá del estado en que la persona se encuentre a la llegada de la medianoche, así será el año. Entonces, si uno está triste, solo, enojado, esos serán los sentimientos que predominarán durante el año.

El rito de Año Nuevo más conocido en los hogares chilenos es comer lentejas, cocidas y sin aliños, con el cual se asegura el futuro económico. Ahora, si lo que desea para el nuevo año es la felicidad, puede acariciar el corcho de la botella que abrió a las doce de la noche.

RITO FENG SHUI

Una buena sugerencia para atraer todo lo que usted desea para 2010 es preparar la mesa de la cena de Navidad y la de Año Nuevo utilizando los cinco elementos del Feng Shui, con mucha energía y armonía. Cuando la madera, el fuego, la tierra, el metal y el agua están bien distribuidos en un ambiente, atraen mucha energía. Recuerde que en el momento de armar la mesa, usted debe tener la convicción de que estará atrayendo excelentes energías para el año que llega en todas las áreas de la vida. Para que la mesa de la cena esté bien energizada, basta seguir la siguiente receta:

Distribuir sobre la mesa, de una forma bien equilibrada, los cinco elementos siguiendo las siguientes sugerencias:

Elemento madera: este elemento se puede representar con el color verde. De esa forma, es fácil ponerlo en la mesa. Puede aparecer en frutas como la sandía, manzana verde, pera o papaya. Una bella ensalada de hojas bien verdes y objetos de madera también se pueden usar.

Elemento fuego: su color predominante es el rojo. Un bello adorno de flores rojas representará bien ese elemento y una canasta con manzanas rojas o, incluso, dulce de frutilla, siempre se destacarán en cualquier mesa. Velas también simbolizan el fuego.

Elemento tierra: amarillo es el color que representa este elemento. Muchas frutas amarillas en la mesa son siempre bienvenidas, como mango, naranja, melón y plátano. Una bella maceta con flores amarillas como girasol en el centro de la mesa son siempre una invitación a la alegría.

Elemento metal: se puede representar con el color blanco y los colores metálicos. Una deliciosa torta con cobertura de nieve (azúcar) simboliza bien ese elemento. También se pueden usar flores blancas. Los cubiertos, un mantel blanco y platos blancos, también son representativos.

Elemento agua: puede ser representando con el color azul o verde agua. Podemos utilizar un mantel con esa tonalidad. Otra opción es poner sobre la mesa varias botellas de vino. Las alternativas son muchas, pero recuerde que la mejor cábala es el buen ánimo para enfrentar los problemas de cada día.



Un nuevo sabor
que refrescará
tus ventas
NUEVO
Chirimoya
Sabor a Chirimoya
ZUKO
Con Vitamina C
NUEVO SABOR

PROMOCION "Más Chilenos Que Nunca"



Televisores LCD de 42 pulgadas para los clientes de Rabié y entradas para el partido Chile-Ecuador para supervisores y vendedores, fueron los premios de la promoción de Fiestas Patrias.



Los vendedores y supervisores que disfrutaron de una noche inolvidable, en el último partido entre Chile y Ecuador.

La espectacular clasificación de la selección chilena para el Mundial de Sudáfrica y del delantero Humberto "Chupete" Suazo como el goleador de las eliminatorias, fue el marco perfecto para la definición del concurso "Más chilenos que nunca" que Distribuidora Rabié realizó con ocasión de las Fiestas Patrias. Con la certeza que Chile obtendría su paso a la fiesta mundial del fútbol, Rabié implementó la promoción que estaba destinada a premiar a sus clientes, los comerciantes minoristas, con sensacionales televisores LCD de 42 pulgadas, además de 3 mil balones de fútbol y mil camisetas oficiales de la selección. Y para los mejores supervisores y vendedores de todo el país, entradas preferenciales para asistir al partido Chile- Ecuador, donde nuestra selección celebró su clasificación al mundial.

Realizadas las ponderaciones correspondientes respecto de las compras realizadas de los productos que aparecieron en el catálogo de Fiestas Patrias, los clientes que cumplían la primera y segunda meta, recibieron automáticamente balones de fútbol y tricotas oficiales de la selección. Al término de la promoción, entre los comerciantes que realizaron compras por más de 100 mil pesos, se sortearon los tres televisores LCD de 42 pulgadas y de gran tecnología. Los ganadores son los siguientes:
Sylvia Soto Hernández, de la Comuna de Macul, en Santiago; Ricardo Yanine Milad, de la comuna de Bulnes, en la provincia de Ñuble y Juan Tobar Guaschino, de la ciudad de Talca.

PREMIOS A SUPERVISORES Y VENDEDORES

La promoción también contempló premios para los supervisores y vendedores por el cumplimiento de metas. Estos consistieron en entradas para el partido Chile-Ecuador, donde nuestra selección celebró la clasificación. Los supervisores ganadores fueron: Juan Carlos Serre Balbín, Región Metropolitana 3; Malke Game Roldán, Araucanía; Luis Badillo Barra, Sexta Región, Colchagua.

Los vendedores premiados que asistieron al partido, fueron los siguientes: Mario Pastene Torres, Región Metropolitana 3; Salvador Zambra Araya, Iquique; Sergio Torres Fernández, Santiago; Yerko Cortés Vergara, Antofagasta; Raúl Estay Figueroa, Región Metropolitana 3; Luis Vega Salinas, Región Metropolitana 1; Jorge Monsalves Navarro, Región Metropolitana 3; César Romero Caprile, Región Metropolitana 2; Iván Fuentes Ponce, Región Metropolitana 3; Raúl Espinoza Espinoza, Rutas Institucionales; Jaime Peña Peña, Trancura, Valdivia; Jorge González Holmes, Valparaíso; Christián Jara Carrasco, Araucanía; Cristián González Araya, Rutas Institucionales, Santiago; David Pereira Caro, Sexta Región, Colchagua; José Rojas Flores, Antofagasta; José Ulloa Corvalán, Fénix; Edgardo Gómez Rojas, Limarí; Rafael Muñoz Novoa, Antuco y Marco Lasalas Rojas, Elqui.



CAPACITACION A Los Líderes de Rabié

Departamento de Recursos Humanos desarrolla jornada destinada a potenciar habilidades de jefes de secciones y departamentos.

Potenciar las habilidades de los líderes de departamentos y secciones de Distribuidora Rabié, es el propósito de la capacitación que realiza el Departamento de Recursos Humanos de la compañía. Esta capacitación es dirigida por el psicólogo organizacional, Alberto Núñez Barrera.

En esta oportunidad, se aplica el sistema Avanti, que consiste en un programa de entrenamiento de habilidades y que contempla además, la medición, seguimiento y compromisos de acción de parte de los líderes de la empresa quienes son, en definitiva, los que tienen la responsabilidad de ejecutar la misión de "Ser el nexo entre la Industria y el Comercio".

En el programa, que tiene 16 horas de duración, dividido en cuatro módulos de 4 horas cada uno, se incluye un espacio de diálogo destinado a que los líderes de la organización compartan experiencias y una visión objetiva sobre la estrategia de la compañía; de cómo cada una de sus unidades aportan para conseguir los objetivos.

Los cuatro módulos que se desarrollaron en el marco del Avanti, son: Desarrollo organizacional y liderazgo; Comunicación efectiva y Manejo de conflictos; Resistencia al cambio y Manejo de reuniones y Administración del tiempo.

Este es un programa pionero pues por primera vez se reúnen todas las jefaturas de la empresa y se lleva a cabo mediante una metodología activa y muy participativa.

"Esta es una capacitación muy exitosa", dijo a Bienvenidos, el psicólogo Alberto Núñez, "no sólo por la cantidad de participantes, sino también por la valoración que le han dado a los temas abordados. Tenemos la oportunidad de que se junten los jefes de todas las secciones y departamentos de Rabié de Chillán, Santiago y Antofagasta. Y se han obtenido ya algunos logros, como la integración de las diferentes áreas de la compañía y un enriquecedor diálogo en torno a las potenciales oportunidades de mejorar las actividades de la empresa", concluyó Núñez.

La jornada de capacitación se prolongará hasta fines del mes de diciembre.

Uno de los grupos de Rabié que fue capacitado por el departamento de Recursos Humanos. Esta capacitación tuvo un gran éxito en la integración y diálogo entre los líderes de la compañía.



EL TRIUNFO DE La Rebeldía

El mérito de Marcelo Bielsa es haber convencido al futbolista chileno que nunca hay que dejar de luchar, que siempre hay que jugar para ganar y que no hay que achicarse ante nadie. Los resultados están a la vista.

Todos, de capitán a paje, han opinado sobre la histórica clasificación anticipada de Chile a un Mundial de fútbol. Y todos, sin excepción, han echado al vuelo las campanas para ensalzar el trabajo realizado por Marcelo Bielsa, el entrenador que condujo este proceso que culminó con los pasajes para Sudáfrica. Sin grandes estrellas y un largo historial de indisciplina y fracasos deportivos, Bielsa logró armar un equipo que deslumbró por no renunciar nunca a la ofensiva y pararse por primera vez de igual a igual frente a Brasil o Argentina.

La economista Cristina Bitar, panelista del programa "Estado Nacional", de TVN, escribió en el diario La Segunda que el entrenador ha calado hondo en el alma nacional, "un argentino que con sencillez, hasta con humildad –contradiciendo la caricatura que solemos hacernos de los trasandinos- nos ha mostrado varias cosas que haríamos bien en extrapolar a muchas otras actividades. Lo más importante es la actitud que imprimió al equipo. Bielsa juega para ganar, no se achica ante nadie. Si va a Brasil de visita, va a ganarles a los brasileños. Nada de empates ni menos de triunfos morales".

El periodista Felipe Bianchi, en una columna en El Mercurio, destacó cómo Bielsa derribó todos los mitos que existían en el fútbol nacional: "Muchas malas costumbres se fueron a la punta del cerro desde el inicio de este proceso. De partida, esa estupidez prehistórica que decía que el técnico de la selección tiene que ser, siempre, chileno. También cayó, se deshizo, se evaporó, el paradigma que indicaba que los grandes logros en el fútbol los consiguen sólo los jugadores "maduros": Chile fue la selección más joven de estas clasificatorias con un promedio de 23 años y nunca tuvo más solidez en su historia. Se pulverizó la regla que insinuaba que no se puede atacar siempre. En el fondo, se desnudó para siempre a tanto técnico y comentarista improvisado y chanta que puebla esta comarca".

LOS REBELDES DE BIELSA

"La rebeldía del equipo ha sido fundamental para obtener una clasificación justa y llegar al Mundial dependiendo de su propia actuación. Por eso estoy muy contento, sobre todo porque el grupo de futbolistas ha sido absolutamente fiel a lo que intentamos en nuestro trabajo", declaró Marcelo Bielsa cuando Chile venció a Colombia y aseguró su paso al Mundial de Sudáfrica.

Ese grupo de futbolistas mencionado por el entrenador, incluye a muchos jóvenes que se dieron a conocer en los distintos seleccionados menores en los últimos años, la mayoría de ellos ni siquiera eran titulares en sus clubes cuando Bielsa los rescató. Hoy, todos juegan en clubes del exterior: Carlos Carmona, Arturo Vidal, Gary Medel, Fabián Orellana y Alexis Sánchez, entre otros, complemento ideal de ese delantero infalible que es Humberto Suazo, elegido el mejor jugador de las eliminatorias. Todos ellos, apoyados por otros como el capitán Claudio Bravo, Waldo Ponce o los talentosos Jorge Valdivia y Matías Fernández, garantizan un futuro auspicioso para los chilenos de cara al mundial del próximo año.



"El liderazgo se ve en la derrota y el conductor sólo es bueno si ha superado la adversidad. Las operaciones y los cambios se hacen en la victoria, no en la derrota. La adversidad es el momento de observación de las cosas".

Marcelo Bielsa
Director Técnico Selección Chilena de Fútbol

LA REVOLUCION BIELSA

La verdadera revolución que inició el técnico trasandino, apuntó en todas las direcciones. A su llegada a Chile solicitó la modernización del deteriorado búnker de Pinto Durán, un centro deportivo creado para el Mundial de 1962. Arquitecto de su futuro, él mismo se puso al frente de la dirección de las remodelaciones. Hoy, Pinto Durán es una verdadera "joyita" y que no tiene nada que envidiar a los lugares de entrenamiento y concentración de las mejores selecciones del mundo. "Bielsa es la piedra angular del futuro del fútbol chileno. No es solamente un entrenador, sino también el impulsor de todos los cambios que queremos en la cultura deportiva", precisó Harold Mayne-Nicholls, el presidente de la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP). "Aún si no hubiéramos logrado clasificarnos, estaría más que satisfecho de que Bielsa decidiera quedarse con nosotros. Al fútbol chileno le haría muy bien que Marcelo concluya su trabajo en la Copa América que se hará en nuestro país en 2015", indicó el dirigente. De a poco, el entrenador se ha involucrado en todo sin que forme parte de su contrato. Así, habla con los conductores de las selecciones femeninas, de la Sub-17 y Sub-20 y hasta se puso al frente de la Sub-23.

Bielsa ha mantenido siempre su negativa a aceptar entrevistas individuales con la prensa, pero los vecinos del barrio cuenta que mantiene frecuentes y generosos diálogos con niños que, ocasionalmente, se ha cruzado en la calle en alguna salida hasta los portones de acceso a Pinto Durán. Otro detalle de la personalidad de Bielsa: después de jugar con Israel, en Tel Aviv, en marzo de 2008, un dirigente le consiguió un lugar en la clase ejecutiva del avión, y Bielsa se la regaló al utilero de la delegación. Cuando La Roja juega en el Estadio Nacional, en Santiago, Bielsa acostumbra invitar, pagando de su bolsillo las entradas a jardineros, cocineros y operarios, los trabajadores de su búnker en Pinto Durán.

Marcelo Bielsa sabe que lo quieren en Chile, ya que muchas veces ha sido ovacionado cuando lo descubren asistiendo a una obra de teatro o a una película. Entonces, escapa rápidamente, preso de una enorme timidez. "En Chile me siento reconocido y estoy agradecido del cariño que siento del pueblo. Si bien no tengo una vida social amplia, acá me siento reconocido. Doy la gratitud a la gente en general y al pueblo en particular", dijo el entrenador elegido a través de una encuesta como el mejor técnico de la historia de la selección, por sobre Fernando Riera y Nelson Acosta.

Marcelo Bielsa, sin embargo, es humilde en el triunfo, caballero en la derrota y agradecido del cariño de la afición y, más allá de su esquema de juego con el que abre la cancha al máximo por las bandas y sale con el balón desde el fondo, no olvidó que el jugador es, al final de los 90 minutos, humano.

"No me quieras porque gané, necesito que me quieras para ganar", demandó alguna vez, mientras los hinchas lo idolatran por haberle cambiado la cara al fútbol chileno, cuestión de la que él no se hace cargo.

"Dicen que yo modifiqué una realidad del fútbol chileno. Eso no es cierto. Nadie estimula condiciones que no existen y nadie activa potenciales afectivos que el ser humano no tiene", subrayó el entrenador de la selección chilena. Son días felices para este hombre de 54 años, casado, dos hijas. En Chile lo llaman San Marcelino; lo invitan a charlas en su condición de personaje influyente dentro de la sociedad chilena; lo proponen como presidente; le dedican canciones y estampitas; los dirigentes de los principales clubes le reclaman a la Asociación Nacional de Fútbol que se le haga un contrato extensivo hasta Brasil 2014. Todo un personaje.





Teléfonos celulares con TV digital poblarán el mercado de las telecomunicaciones.

CAMBIOS REVOLUCIONARIOS

La televisión digital permitirá -entre otras cosas- que su señal llegue a celulares, computadores, notebooks, automóviles y, obviamente, a los televisores.

La televisión digital ya está aquí y la elección de la norma japonesa por el gobierno chileno implica una revolución de tremendas proyecciones. Significa, ni más ni menos, que su señal llegará a los celulares, computadores, notebooks, automóviles y televisores, que cualquiera decida comprar. Esa es la verdadera revolución.

¿Cuáles fueron las razones que inclinaron la resolución a favor de la norma japonesa?

Según explicó el subsecretario de telecomunicaciones, Pablo Bello, son básicamente cuatro: ofrece una mejor calidad de recepción para las condiciones geográficas del país; hace posible que se capte la televisión abierta gratuita en celulares; cuenta con la mejor tecnología para desplegar la alta definición y diversidad de canales; y los costos están equiparados a las otras normas. El gobierno además, tuvo en cuenta la fuerte penetración que ostenta la telefonía celular en Chile, que llega a 87,9%, mientras que un 67% sólo tiene TV abierta.



Los reproductores portátiles de televisión digital serán los preferidos por los chilenos.

Sergio Olavarría, director del departamento de electrónica de la Universidad Santa María, participó en las comisiones encomendadas por el gobierno para realizar las pruebas técnicas de los tres sistemas y reconoce que "optar por la norma japonesa es una muy buena decisión porque, tanto desde el punto de vista económico como técnico, es superior.
La elección de la norma japonesa sólo afectará a la gente que tiene TV abierta, no al 32,6% que cuenta con cable o digital. Por eso, el gerente de contenidos y programación de VTR, Javier Villanueva, explicó que sus usuarios "no necesitarán otro decodificador adicional. Ello, debido a que VTR realizará las conversiones necesarias para adaptar la señal transmitida.

Una duda generalizada es que los usuarios se verán obligados a cambiar su televisor. No es así, pues durante un periodo de, al menos, 8 años, convivirá el sistema antiguo conel digital. Recién ahí se tendrá que optar por dos opciones: comprar un decodificador o un nuevo televisor.

UNA VERDADERA REVOLUCION

La Tecnología Digital Terrestre (TDT), es una revolución en el mundo de la transmisión televisiva. Prueba de ello es que la televisión abierta chilena pasará a tener una cobertura con más de 28 canales, en vez de siete que hay hoy en día, por ejemplo, en el Área Metropolitana.

En términos simples, la televisión digital terrestre (TDT) es una plataforma que permite optimizar la transmisión de datos, dando la posibilidad de hacer pasar muchos más canales de televisión por donde antes pasaba uno.
Pero no sólo aumenta la eficiencia en el uso del espectro radioeléctrico, sino que mejora la calidad de imagen y del sonido, entre otras posibilidades.
La digitalización de la televisión, sin duda, es un cambio tan espectacular que sólo se puede comparar con lo que se produjo con el paso de la televisión blanco y negro al color.

CANALES PREPARADOS

David Belmar, director de gestión de TVN, dijo que la estación ya está digitalizada y podrían contar hasta con cuatro canales, anunciando que incluso hoy harán pruebas experimentales y esperan transmitir el Mundial de Sudáfrica en HD, al igual que "Buenos días a todos" desde el 2010. TVN incorporará su canal de noticias y otro deportivo-cultural.
Sergio Cavagnaro, gerente general de Canal 13, dijo que la estación también está preparada para este cambio y esperan ampliar su programación, con temáticas como deportes o infantil, las cuales se "podrán ver a futuro en un Canal 13 uno, dos o tres".

Novedades Rabié

Mr. Músculo Limpiador Adhesivo

Producto innovador que no existe en el mercado, más higienico y práctico, y a un precio muy conveniente (menos de $2 por descarga).



Mr. Músculo Vidrios y Multiuso Fórmula Activa

Este nuevo producto tiene una fórmula superior que actúa sobre la suciedad de la superficie antes de pasar el paño, liberando en cada pasada una agradable fragancia a frutos rojos.



Blem Autobrillo Fragancia Floral



Todos los beneficios de Blem: da brillo instantáneo y crea una película que permite que el brillo de sus pisos dure mucho más tiempo y sean más resistentes a marcas y rayones. Es fácil de aplicar, y brinda brillo instantáneo, ahora con nueva Fragancia Floral.

Pato Purific

El pack económico que nos presenta Pato Purific, ahora con el poder de Lysoform, además trae una pastilla gratis. Con las bondades de siempre: limpia, higieniza y previene el sarro.

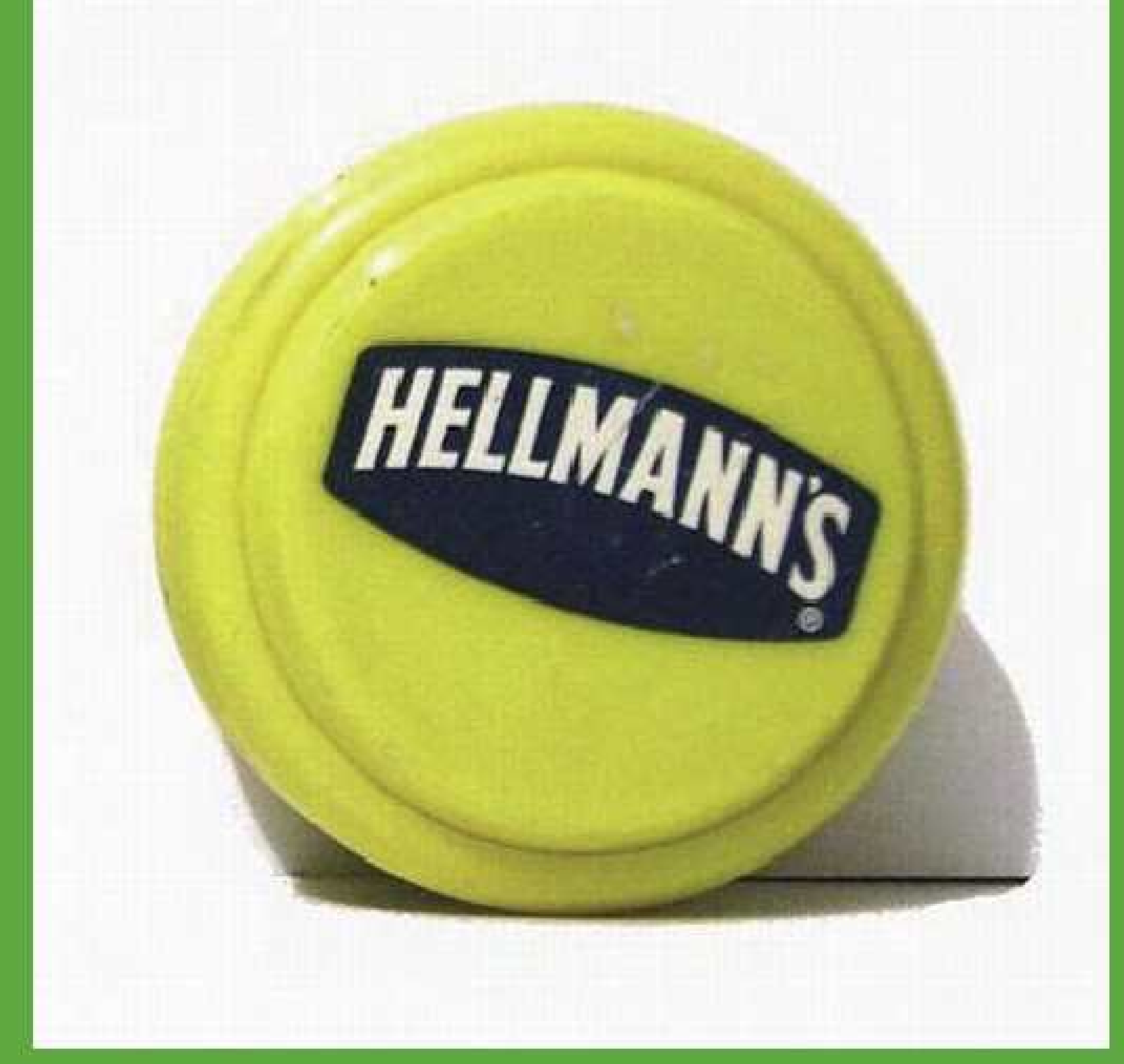


Producto con Historia

MAYONESA HELLMANN´S

Los expertos sostienen que hay ciertos productos que hacen que las comidas se disfruten mucho más, porque le agregan sabor, textura y placer. Uno de ellos es la mayonesa Hellmann`s, cuya historia es bastante singular.

Se dice que la mayonesa fue un invento de un chef francés, empleado en la corte del Duque de Richelieu, en 1756. Mientras el Duque derrotaba a los británicos en Port Mahon, su chef preparaba un banquete para celebrar el triunfo. El banquete incluía una salsa a base de crema y huevos. Al darse cuenta de que no tenía crema, improvisó la preparación sustituyéndola con aceite de oliva. El chef bautizó la nueva salsa con el nombre de "Mahonnaise", en honor a la victoria militar del duque.



Dos siglos más tarde, (en 1903), arribó a Estados Unidos, desde Alemania, Richard Hellmann quien, en 1905 inauguró en Nueva York un negocio de comidas preparadas, en el que a las ensaladas se les agregaba la receta de mayonesa de su esposa, quien había obtenido la receta del chef francés que se transmitía de generación en generación. La mayonesa se hizo tan popular en Nueva York que comenzó a venderse en botes de madera.

En 1932, Bestfoods Inc (ahora Unilever-Bestfoods) adquirió Richard Hellmann Inc y empezó a comercializarla por el mundo.

REGALOS DE LOS FAMOSOS

Al Chile del Bicentenario

Igualdad, mejor distribución de la riqueza y muchos Marcelo Bielsa, son algunos de los regalos de los famosos a Chile en su cumpleaños número 200.

José Luis Repenning

Soledad Onetto

Felipe Camiroaga

Qué celebramos el 18 de septiembre de 2010?. Exactamente los 200 años del inicio del proceso de independencia de Chile. El acta oficial de independencia se firmó en enero de 1818, pero nuestras Fiestas Patrias recuerdan el 18 de septiembre de 1810 (día de la primera Junta de Gobierno) como el día en que comienza el proceso de emancipación.

Según documentos históricos, Bernardo O'Higgins se encontraba, a fines del año 1817, sitiando a las fuerzas españolas en Talcahuano. Cuando la incierta situación militar obligó a levantar el sitio de Talcahuano, y estando en el sector denominado Morrillos de Perales, desde el cual se dominaba uno de los accesos a la ciudad, habría redactado el 1 de enero de 1818, sobre un tambor, según cuenta la tradición, una comunicación dirigida al coronel español José Ordóñez, ex Intendente de Concepción y que controlaba en ese momento el puerto de Talcahuano, notificándole de la independencia, donde señalaba que Chile era un "país libre y soberano, no una provincia insurgente". Esta es considerada como la primera acta de la independencia de Chile.

Ese mismo día 1 de enero de 1818, en la Plaza de Armas de Concepción, ante el Ejército, O'Higgins habría declarado y jurado solemnemente la independencia de Chile. Por ese motivo dicha plaza pasó a denominarse, desde entonces, Plaza de la Independencia. De la existencia de un acta de independencia no hay pruebas y tampoco se conoce su texto. De todos modos, en el documento suscrito por O'Higgins, ante el escribano público de Lima, el 17 de octubre de 1842, pocos días antes de su fallecimiento, expresa que "en primero de enero de 1818, como órgano de la voluntad nacional, declaré solemnemente la independencia de Chile en la ciudad de Concepción". Otros documentos indican que el 12 de febrero de ese mismo año, día en que se cumplía el primer aniversario de la batalla de Chacabuco, Bernardo O'higgins, entonces Director Supremo de Chile, proclamó, juró y firmó el Acta de la Independencia, en la ciudad de Talca.

Para el primer centenario, en 1919, el gobierno de la época estableció una comisión de notables cuya misión fue estudiar, proyectar y definir obras para celebrar el primer siglo de la República. De allí surgieron obras tales como el Museo Nacional de Bellas Artes, Parque Forestal, Estación Mapocho, la red de tranvías, edificio de los Tribunales de Justicia y otros.

Para el Bicentenario, el gobierno viene trabajando desde el año 2000 en la planificación y construcción de diversas obras de gran envergadura. Entre ellas, el Centro Cultural Gabriela Mistral, ex edificio Diego Portales, Mejoramiento Estadio Nacional, Centro Cultural en la Embajada de Chile en Argentina, Ciudad Parque Bicentenario en los terrenos del ex aeródromo Cerrillos, reacondicionamiento Catedral de Santiago, Patio Disidentes Cementerio General de Santiago, Red Nacional Sismológica y de Vigilancia Volcánica, Recuperación Parque Quinta Normal, Red Nacional de Estadios e Infraestructura Deportiva, Parque Cultural de Valparaíso, Red Digital Rural, Congreso Internacional de la Lengua Española, Sendero de Chile, Centro Artístico Cultural y de Convenciones Teletón, Sistema Satelital de Observación Terrestre SSOT, y muchas otras.

EL REGALO DE LOS FAMOSOS

Con oportunidad de este importante cumpleaños de Chile, revista Bienvenidos pidió a algunos personajes del espectáculo que le hicieran un regalo a la patria. Y este fue el resultado:

Soledad Onetto, periodista y conductora de Teletrece y animadora del Festival de Viña del Mar: "Chile ha avanzado, ha crecido, qué duda cabe. En los últimos años el salto modernizador ha sido notable, las fronteras abiertas y la globalización nos ha permitido tener acceso a los grandes avances tecnológicos, pero no a todos por igual. Eso le regalaría a Chile y los chilenos, más igualdad que tanta falta le hace a tantos compatriotas".

Pedro Ruminot, creador del Club de La Comedia en Chilevisión: "le regalaría a Chile, una distribución más igualitaria de ingresos para todos los chilenos, ya sea mujeres, hombres, profesionales y técnicos. Es necesario que las personas ganen lo justo y que los empresarios comiencen a repartir algo de las ganancias acumuladas. Lo otro es que exista una política de Estado en torno a temas ecológicos de recuperación de espacios públicos y áreas verdes (en especial para las comunas más pobres de Santiago), en las que exista y se pueda desarrollar áreas de juego, deportes, plazas públicas, actividades culturales. Y lo último es que haya mucha alegría y entretención para la gente de escasos recursos".

Felipe Camiroaga, conductor de Buenos Días a Todos de TVN y del Festival de Viña del Mar: "igualdad es lo que más falta le hace a los chilenos, eso les regalaría. También muchos más estadios para que los chilenos se diviertan con espectáculos y conciertos".
José Luis Repenning, conductor de Meganoticias: mi regalo para Chile es una docena de Marcelos Bielsas para que el mismo milagro que se logró con la Roja, se repita en áreas donde se necesitan cambios profundos, como educación, salud, vivienda o innovación. Además de seguro que los que juegan por la derecha y por la izquierda podrán jugar más en equipo en vez de chutearse la pelota de un lado a otro sin destino y con muchos autogoles.

Marcelo Comparini, conductor de radio y TV:"como famoso, me gustaría regalarle a Chile para el bicentenario un país sin famosos, sin estrellas, sin divos ni divas de TV. Es decir, ojalá que todos quienes contestemos esta encuesta hayamos desaparecido para el 18 de septiembre del 2010...y para siempre".

Mario Kreutzberger, Don Francisco, conductor de TV:"que sigamos siendo los campeones de la solidaridad, que nuestras autoridades sigan actuando con responsabilidad y seriedad, como nos ven desde afuera. Somos un país pequeño pero organizado. Debemos seguir actuando con respeto a la palabra empeñada, cumpliendo nuestros compromisos y el gran regalo: que nuestros políticos se esfuercen porque haya una mejor distribución del ingreso".

Diana Bolocco, conductora de "Alfombra Roja y Cásate Conmigo": que todos los chilenos tengan las mismas oportunidades, especialmente en educación, que es la principal herramienta para progresar. Hay que hacer un gran esfuerzo para que la educación pública sea la que permita a los niños tener posibilidades ciertas de llegar a tener una profesión que le permita surgir en la vida. Y muchas felicidades para todos".


Pedro Ruminot
Diana Bolocco
Mario Kreutzberger

Receta

COLA DE MONO



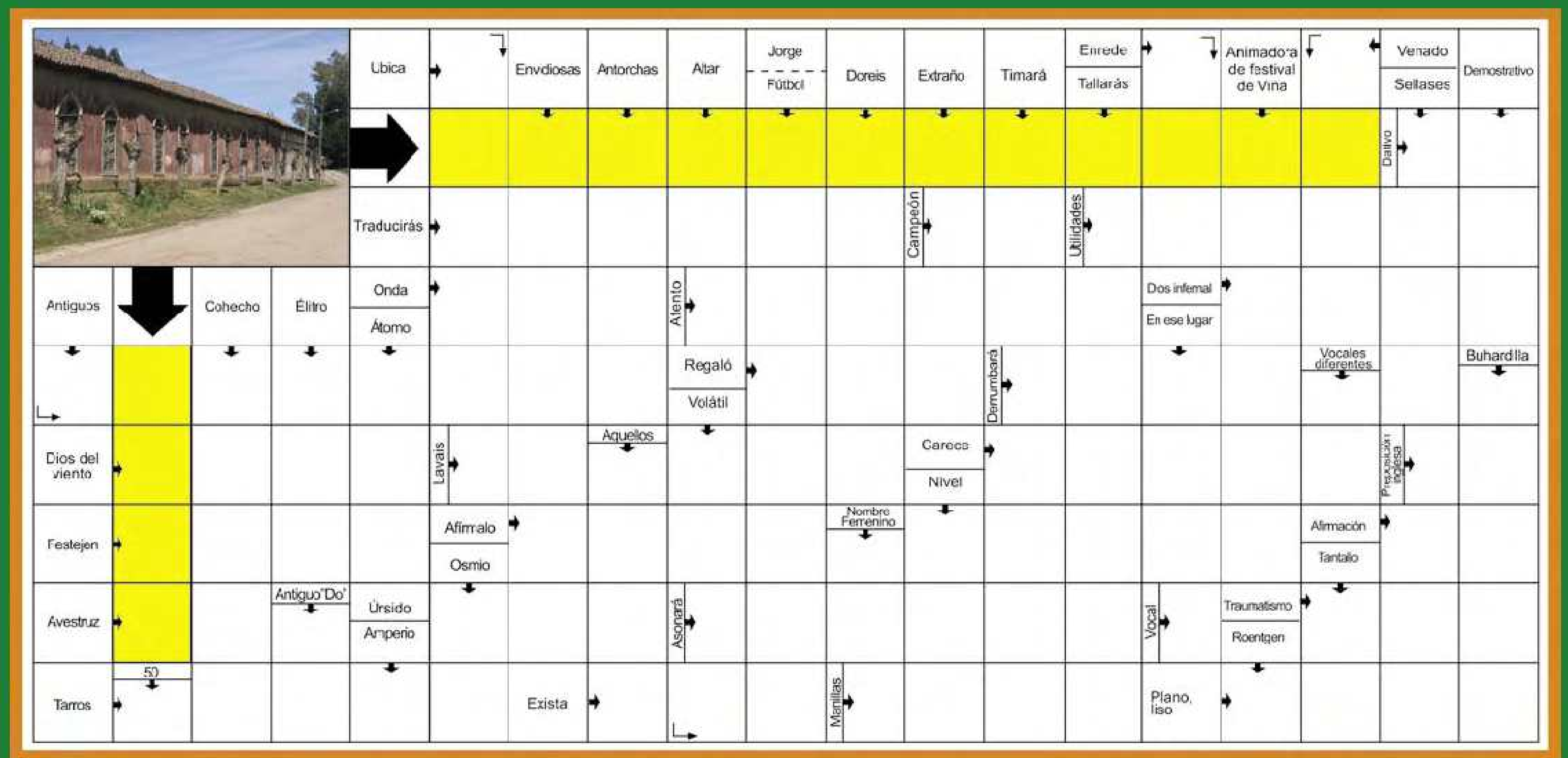
La preparación de esta bebida tradicional en los hogares chilenos para las fiestas de Navidad es una mezcla, donde el café, la leche, el aguardiente, el azúcar y la canela, son imprescindibles. También se utilizan los clavos de olor, la nuez moscada y la esencia de vainilla. La siguiente receta es para 8 personas.

INGREDIENTES

1 litro de leche
2 cucharadas de café instantáneo
1 cucharadita de vainilla
1 clavo de olor
2 palos de canela (chico)
1 pizca de nuez moscada
5 cucharadas de azúcar o a gusto
7 cucharas colmadas de aguardiente (grandes) o a gusto

INSTRUCCIONES

Ponga los clavos de olor, la nuez moscada y los palitos de canela en una olla pequeña con el agua. Hiérvalo, con la olla tapada, por 10 minutos. Ponga el agua en una olla de un tamaño suficiente para contener 3 litros.
Disuelva el café en el agua caliente. Agregue un poco de leche y azúcar. Revuelva hasta que el azúcar esté disuelta, luego añada el resto de la leche y el aguardiente. Guarde el Cola de Mono en botellas y ponga en el refrigerador.
Algunas personas lo prefieren con hielo, en un vaso con un palito de canela.



Por Peroga

CON OMO 400g LAVA MÁS POR MENOS.

OMO 400, SIN DUDA EL TAMAÑO MÁS CONVENIENTE.



¡Dese el gusto de aumentar sus ventas!



Mayonesa Hellmann´s Sachet 100g



Mayonesa JB Sachet 80g

Unilever



Nuevo!

Gran Avenida Nº 7645
fono: 6779255 / abierto de 8:00 a 19:00 hrs.



Av. J.J. Pérez Nº 5085
fono: 6779245 / abierto de 8:00 a 19:00 hrs.



Av. El Salto Nº 2768
fono: 6779244 /abierto de 8:00 a 19:00 hrs.



Camino Melipilla Nº 15000
fono: 6779205 / abierto de 7:00 a 19:00 hrs.



más Conveniente

Atención de Lunes a Sábado